

# **KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN RUANG DI PASAR TRADISIONAL BULU SEMARANG**

## **TESIS**

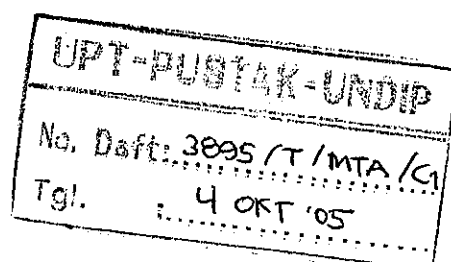
Disusun Dalam Rangka Memenuhi Persyaratan  
Program Studi Magister Teknik Arsitektur

Oleh

**DWI ANANTA DEVY**  
**L4B002085**



**PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER TEKNIK ARSITEKTUR  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2005**



**KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN RUANG  
DI PASAR TRADISIONAL BULU SEMARANG**

Tesis diajukan kepada  
Program Studi Magister Teknik Arsitektur  
Program Pascasarjana Universitas Diponegoro

Oleh

**DWI ANANTA DEVY**  
**L4B002085**

Diajukan pada Sidang Ujian Tesis  
Tanggal 29 Juni 2005

Dinyatakan Lulus/Tidak Lulus (langsung ditulis)  
Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Magister Teknik

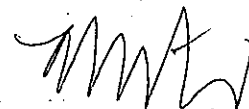
Semarang, 29 Juni 2005

Pembimbing Pendamping



Dr. Ir. Bambang Riyanto, DEA

Pembimbing Utama



Ir. Ragil Hariyanto, MSP

Mengetahui  
Ketua Program Studi  
Magister Teknik Arsitektur  
Program Pascasarjana Universitas Diponegoro



Ir. Bambang Setioko, M. Eng

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi. Sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diakui dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila dalam Tesis saya ternyata ditemui duplikasi, jiplakan (plagiat) dari Tesis orang lain/Institusi lain maka saya bersedia menerima sanksi untuk dibatalkan kelulusan saya dan saya bersedia melepaskan gelar Magister Teknik dengan penuh rasa tanggung jawab

Semarang, 29 Juni 2005

**DWI ANANTA DEVY**  
**NIM L4B002085**

*Hari kemarin adalah kenangan*

*Hari ini harus dijalani*

*Hari esok adalah harapan*

*Tesis ini kupersembahkan untuk :*

*Bapak "Soesilo" dan Ibu "Betty Suparwati"*

*Bapak "Achmad Kuntjoro" dan Ibu "Sri Nurwati"*

*Budhe "Prantikasih"*

*Suamiku Tersayang "Arief Yulianto"*

## ABSTRAK

Tantangan dunia arsitektur yang sering dihadapi oleh pasar-pasar tradisional pada umumnya yaitu problem ruang (*space*). Di Pasar Bulu, para pedagang berebut untuk mendapatkan posisi ruang yang strategis untuk menghasilkan sesuatu yang menguntungkan dan memanfaatkan ruang yang tidak sesuai dengan fungsinya walaupun itu melanggar aturan sehingga terjadi berbagai permasalahan.

Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pemanfaatan ruang oleh pedagang dalam memilih tempat untuk berjualan serta merekomendasikan terwujudnya kembali setting ruang pasar tradisional Bulu Semarang yang ideal bagi para pengguna pasar. Penelitian dilakukan melalui studi kasus dengan media wawancara dari kuesioner bagi pengunjung, penjual dan pengelola pasar Bulu Semarang. Adapun pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode quota random sampling, yaitu pengambilan sampel dengan menentukan jumlahnya terlebih dahulu karena populasi yang tak terbatas dan diperoleh sebanyak 30 sampel pembeli, 30 sampel pengelola serta petugas operasional, supervisor dan manajerial dinas pengelola pasar.

Alat analisis yang dipergunakan adalah kualitatif untuk mengetahui respon pedagang dan konsumen terhadap indikator-indikator penelitian yaitu kenyamanan (*comfort*), sosialitas (*sociality*), legibilitas (*legibility*), aksesibilitas (*accessibility*), adaptabilitas (*adaptability*), rangsangan inderawi (*sensory stimulation*), aktivitas (*activity*), kontrol (*control*), makna (*meaning*), kesesakan (*crowdedness*), privasi (*privacy*) dan visibilitas (*visibility*).

Dari hasil penelitian didapatkan faktor-faktor yang paling dominan mempengaruhi pemanfaatan ruang oleh pedagang adalah aksesibilitas (*accessibility*), kesesakan (*crowdedness*) dan visibilitas (*visibility*). Hal ini terjadi karena dipengaruhi oleh perilaku konsumen yang lebih memperhatikan kemudahan pencapaian dan dapat melihat barang-barang yang akan dibeli. Pada akhirnya pengelola pasar sebagai point utama penyebab permasalahan, hal ini terkait dengan kebijakan, implementasi dalam pemanfaatan ruang pasar.

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang terkait terutama sekali oleh para dinas pengelola pasar.

## ABSTRACT

Traditional market have weaknesses that usage space. At the Bulu market, wholeseller get competition to take strategical space that profitability oriented. Usage space irrelevant with function of space that illegal.

Research objectives is identification and describe how to factors influences usage space by wholeseller that choice place to sell and recommended space setting market.

Research action by cases study with interview method and questioner for buyer, wholeseller Dinas Pengelola Pasar (DPP). Collect of data with quota random sampling method, minimal 30 samples because infinite population (30 samples buyer, 30 samples wholeseller and DPP).

This research analyzed by kualitatif method with indicators : *comfort, sociality, legibility, accessibility, adaptability, sensory stimulation, activity, control, meaning, crowdedness, privacy and visibility.*

Purpose of research get the dominant factors influences usage space by wholeseller is *accessibility, crowdedness and visibility.* Finally, Pengelola Pasar is biggest problem that policy, implementation, evaluation usage space.

This research benefit is get contribution think (think tank) for government in make policy about usage space in traditional market.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur pada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan tesis ini dapat diselesaikan. Tesis ini merupakan persyaratan guna menempuh derajat sarjana S2.

Penulis merasa terpanggil untuk meneliti kajian terhadap pemanfaatan ruang di pasar tradisional Bulu Semarang karena didorong adanya kenyataan tingginya penggunaan ruang parkir untuk kegiatan para pedagang yaitu dipakai sebagai ruang untuk berjualan.

Atas terselesaikannya tesis ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak :

1. Ir. Ragil Hariyanto, MSP, selaku mentor yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan penelitian.
2. Dr. Ir. Bambang Riyanto, DEA, selaku comentor yang dengan penuh kesabaran membimbing dan membantu jalannya penelitian.
3. Ir. Bambang Setioko, M. Eng, selaku Ketua Program Studi Magister Teknik Arsitektur UNDIP yang telah memberikan dorongan dan kesempatan untuk menyelesaikan tesis ini.
4. Mbak Tutik dan mbak Etiek, yang tidak bosan-bosannya selalu mengingatkan untuk menyelesaikan tesis ini dengan mengirimkan surat-surat peringatan yang tiada henti-hentinya, serta mas Moko yang

senantiasa selalu meminjamkan buku-buku perpustakaan walaupun saya selalu telat mengembalikannya.

5. Para pedagang, konsumen dan pengelola dilingkungan pasar tradisional Bulu Semarang, yang telah banyak membantu penulis dalam penggalan data.

Tidak kalah pentingnya dalam proses penyelesaian penelitian ini adalah orang yang kucintai, ke dua orang tua dan suamiku, secara khusus diucapkan terima kasih atas segala pengorbanan, pengertian serta dorongan lahir dan batin. Dan tidak lupa kepada pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu-persatu, diucapkan terima kasih.

Semarang, Juni 2005

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
BAB I      PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Permasalahan .....	4
1.3. Tujuan Studi.....	4
1.4. Ruang Lingkup.....	5
1.5. Originalitas Penelitian .....	7
1.6. Manfaat Penelitian .....	9
1.7. Kerangka Pemikiran.....	10
1.8. Metodologi Penelitian.....	11
1.9. Sistematika Pembahasan.....	18
BAB II      KAJIAN PUSTAKA.....	20
2.1. Teori Ruang .....	20
2.2. Psikologi Ruang Dan Hubungan Antara Lingkungan Dengan Perilaku Manusia .....	24

	2.3. Perilaku Sebagai Suatu Pendekatan.....	25
	2.4. Kajian Pasar Dan Aspek-aspeknya .....	33
	2.5. Perkembangan Pasar Tradisional .....	52
	2.6. Tinjauan Pemanfaatan Dan Penggunaan Ruang Pasar .....	56
	2.7. Teori Operasional .....	68
<b>BAB III</b>	<b>GAMBARAN WILAYAH STUDI .....</b>	<b>78</b>
	3.1. Tinjauan Pasar Tradisional Bulu Semarang .....	78
	3.2. Karakter Perdagangan Dan Jasa .....	92
	3.3. Struktur Internal Pemanfaatan Ruang .....	94
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS</b>	
	4.1. Analisis Pedagang .....	96
	4.2. Analisis Konsumen .....	140
	4.3. Analisis Manajemen Pengelolaan .....	176
	4.4. Temuan Penelitian.....	181
	4.5. Pembahasan .....	182
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
	5.1. Kesimpulan.....	187
	5.2. Saran .....	188

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

TABEL I.1. Contoh Sample.....	16
TABEL II.1. Standar Kebutuhan Parkir .....	49
TABEL II.2. Penyediaan Tempat Bongkar Muat Menurut Dinas Tata Bangunan Pemkot Semarang.....	51
TABEL II.3. Rangkuman Teori.....	60
TABEL III.1. Golongan Pasar-pasar Diwilayah Kota Semarang Menurut Wilayah Kerja Pasar .....	82
TABEL III.2. Jumlah Pedagang Pasar Bulu .....	94
TABEL IV.1. Usia Responden .....	98
TABEL IV.2. Jenis Kelamin Responden .....	98
TABEL IV.3. Asal Responden .....	98
TABEL IV.4. Lamanya Responden Berdagang .....	98
TABEL IV.5. Tingkat Pendidikan Responden .....	99
TABEL IV.6. Lamanya Kepindahan Responden Ke Ruang Parkir Sisi Bagian Timur .....	99
TABEL IV.7. Rentang Waktu Usaha Responden Untuk Hari Biasa ....	99
TABEL IV.8. Ukuran Luas Lahan Dasaran Yang Dibutuhkan Responden .....	99
TABEL IV.9. Kekurang Nyamanan Dalam Menempati Ruang	

Berjualan .....	100
TABEL IV.10. Sosialisasi Pedagang .....	105
TABEL IV.11. Alasan Keputusan Pedagang Lebih Memilih Berjualan Di Lahan Parkir Sisi Bagian Timur Dari Pada Di Lantai 2 Pasar Tradisional Bulu .....	108
TABEL IV.12. Faktor yang mempengaruhi pedagang memilih tempat berjualan .....	110
TABEL IV.13. Cara Beradaptasi Pedagang Dalam Menempati Tempat Berdagang Di Pasar Tradisional Bulu .....	115
TABEL IV.14. Faktor- Faktor Menentukan Tempat Berjualan Berdasarkan Rangsangan Inderawi Yang Diinginkan Pedagang .....	119
TABEL IV.15. Pendekatan Ruang Yang Menunjang Berjualan .....	123
TABEL IV.16. Bentuk Batasan/Pengaturan Tempat Berjualan .....	126
TABEL IV.17. Pengertian Pasar Tradisional Menurut Pedagang .....	129
TABEL IV.18. Harapan Pedagang Dalam Penataan Ruang Berdasarkan Faktor Dari Segi Kesesakan .....	130
TABEL IV.19. Harapan Pedagang Menempati Ruang Berdasarkan Faktor Privasi .....	134
TABEL IV.20. Alasan Ke Ruang Parkir Sisi Bagian Timur Pasar Tradisional Bulu Dari Pada Dilantai 2 Pasar Tradisional Bulu .....	136

TABEL IV.21. Usia Responden .....	142
TABEL IV.22. Kelamin Responden.....	142
TABEL IV.23. Asal Responden .....	142
TABEL IV.24. Tujuan Responden .....	142
TABEL IV.25. Sarana Transportasi Responden .....	143
TABEL IV.26. Rentang Waktu Kunjungan Responden.....	143
TABEL IV.27. Intensitas Kunjungan Responden.....	143
TABEL IV.28. Jenis Belanjaan Yang Dibeli Responden.....	143
TABEL IV.29. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kenyamanan Pembeli .....	144
TABEL IV.30. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian.....	151
TABEL IV.31. Harapan Konsumen Terhadap Penyelesaian Keberadaan Pedagang Di Ruang Parkir.....	153
TABEL IV.32. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembeli Memilih Pembelian .....	154
TABEL IV.33. Cara Adaptasi Konsumen Terhadap Lingkungan Pasar .....	158
TABEL IV.34. Faktor- Faktor Menentukan Tempat Berbelanja Berdasarkan Rangsangan Inderawi Yang Diinginkan Konsumen.....	159
TABEL IV.35. Aktivitas yang dilakukan pembeli pada pra pembelian .	164
TABEL IV.36. Batasan/Pengaturan Tempat Berjualan Menurut	

Pembeli .....	165
TABEL IV.37. Pengertian Pasar Tradisional Menurut Pembeli .....	168
TABEL IV.38. Kondisi Kesusakan Menurut Pembeli.....	169
TABEL IV.39. Perasaan Malu Pembeli Juka Berbelanja Di Pasar Tradisional .....	172
TABEL IV.40. Alasan Pembeli Dalam Memilih Tempat Berbelanja .....	172

## **DAFTAR GAMBAR/SKEMA/DIAGRAM/GRAFIK**

GAMBAR 2.1. Hubungan Antara Budaya, Perilaku, Sistem Aktivitas Dan Sistem Seting.....	25
GAMBAR 2.2. Model Sistem Lingkungan-Perilaku .....	26
GAMBAR 2.3. Jalur Sirkulasi “Melalui” Antar Ruang .....	28
GAMBAR 2.4. Jalur Sirkulasi “Memotong” Antar Ruang .....	29
GAMBAR 2.5. Jalur Sirkulasi “Berakhir” Antar Ruang .....	29
GAMBAR 2.6. Pencapaian Frontal .....	30
GAMBAR 2.7. Pencapaian Kesamping .....	30
GAMBAR 2.8. Pencapaian Memutar .....	31
GAMBAR 2.9. Perkembangan Bentuk Pasar Tradisional .....	52
GAMBAR 3.1. Lokasi Pasar Tradisional Bulu Semarang.....	85
GAMBAR 3.2. Denah Lantai 1 & 2 Pasar Tradisional Bulu Semarang .....	86
GAMBAR 3.3. Objek Penelitian.....	87
GAMBAR 3.4. Kawasan Tugu Muda (Lokasi Keberadaan Pasar Tradisional Bulu Semarang).....	91
GAMBAR 4.1. Kondisi lantai 2 pasar tradisional Bulu yang jauh dari kenyamanan (comfort).....	103
GAMBAR 4.2. Kondisi Dasaran (ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional bulu) yang	

dimanfaatkan oleh pedagang .....	104
<b>GAMBAR 4.3.</b> Kondisi sosialisasi pedagang di lantai 1,2 & ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu – semarang .....	107
<b>GAMBAR 4.4.</b> Kondisi aksesibilitas di lantai 1 & ruang parkir sisi bagian utara,timur pasar tradisional Bulu – semarang .....	113
<b>GAMBAR 4.5.</b> Kondisi aksesibilitas di lantai 2 pasar tradisional Bulu – semarang .....	114
<b>GAMBAR 4.6.</b> Kondisi Lantai 2 pasar tradisional Bulu.....	117
<b>GAMBAR 4.7.</b> Adaptasi pedagang di ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu – Semarang .....	118
<b>GAMBAR 4.8.</b> Keadaan di lantai 1 & ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu berdasarkan rangsangan inderawi.....	121
<b>GAMBAR 4.9.</b> Keadaan di lantai 2 pasar tradisional Bulu berdasarkan rangsangan inderawi.....	122
<b>GAMBAR 4.10.</b> Pendekatan ruang berdasarkan aktivitas pasar tradisional Bulu – Semarang.....	125
<b>GAMBAR 4.11.</b> Kontrol dalam bentuk batasan/pengaturan tempat berjualan di lantai 1, 2 & ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu –	



Semarang .....	128
GAMBAR 4.12. Kesesakan (crowdedness) di lantai 2 pasar tradisional Bulu – Semarang.....	132
GAMBAR 4.13. Pembagian dasaran ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu yang diinginkan oleh pedagang yang berhubungan dengan kesesakan .....	133
GAMBAR 4.14. Visibilitas (visibility) di lantai 2 pasar tradisional Bulu – Semarang.....	138
GAMBAR 4.15. Visibilitas (visibility) di ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu – Semarang.....	139
GAMBAR 4.16. Segi keindahan dan kebersihan yang sesuai pasar tradisional Bulu – Semarang.....	148
GAMBAR 4.17. Penataan ruang yang sesuai pasar tradisional Bulu – Semarang dari segi sirkulasi dan fasilitas parkir .....	149
GAMBAR 4.18. Perlindungan dari keadaan yang disebabkan oleh iklim, bising & aroma dapat memberikan kenyamanan yang sesuai pasar tradisional Bulu – Semarang dari segi sirkulasi dan fasilitas parkir .....	150
GAMBAR 4.19. Kondisi sosialisasi konsumen di lantai 1 & 2, ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu –	

Semarang .....	152
GAMBAR 4.20. Kondisi aksesibilitas di lantai 2 pasar tradisional Bulu – Semarang.....	156
GAMBAR 4.21. Kondisi aksesibilitas di lantai 1 & ruang parkir sisi bagian utara, timur pasar tradisional Bulu – Semarang .....	157
GAMBAR 4.22. Keadaan di lantai 2 pasar tradisional Bulu berdasarkan rangsangan inderawi.....	162
GAMBAR 4.23. Keadaan di lantai 1 & ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu berdasarkan rangsangan inderawi .....	163
GAMBAR 4.24. Kontrol dalam bentuk batasan/pengaturan tempat berjualan di lantai 1,2 & ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu – Semarang.....	167
GAMBAR 4.25. Pembagian dasaran ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu yang diinginkan oleh konsumen yang berhubungan dengan kesesakan (crowdedness).....	171
GAMBAR 4.26. Visibilitas (visibility) di lantai 2 pasar tradisional Bulu – Semarang .....	174
GAMBAR 4.27. Visibilitas (visibility) ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu – Semarang.....	175

# **BAB I**

## **Pendahuluan**

### **1.1. Latar Belakang**

Berdasarkan pendapat Scott (1974), Norberg Schulz (1986), Charles Jencks (1971) dalam Joyce Marcella Laurens (2002) tentang pentingnya penataan aktivitas untuk mengetahui setiap ameniti atau fasilitas desain berdasarkan kebutuhan pengguna dan bukan kebutuhan manusia secara umum. Arsitektur sebagai hasil desain harus dapat mengerti aksi, keinginan dan kebutuhan penggunanya berkaitan dengan setting fisik lingkungannya sehingga desain yang dihasilkan dapat berorientasi pada pengguna. Pada tahap penghunian dari suatu bangunan, sering terdapat ketidak sesuaian antara apa yang direncanakan dengan apa yang terjadi. Meningkatnya biaya pemeliharaan, rusaknya fasilitas, atau bahkan mubazirnya fasilitas karena tidak digunakan seperti yang diprediksikan merupakan beragam contoh yang ada akibat dari desain yang kurang memperhatikan perilaku para penggunanya.

Pasar sebagai salah satu penyedia fasilitas dan sarana bagi masyarakat untuk berbelanja, dalam perkembangannya mengalami pertumbuhan yang sangat cepat. Adanya persaingan menuntut penataan sebuah pasar haruslah dilakukan secara terus-menerus dan

berkesinambungan oleh instansi terkait agar menjadi prioritas dari konsumen untuk berbelanja. Besarnya minat konsumen di perkotaan untuk berbelanja di supermarket daripada ke pasar tradisional merupakan tantangan besar bagi pasar tradisional. Pasar tradisional harus mulai melakukan inovasi dan revolusi, terutama dalam memenuhi keinginan konsumen dalam berbelanja.

Demikian pula halnya dengan pasar tradisional Bulu yang merupakan salah satu pasar tradisional yang ada di Kota Semarang, karena memiliki peranan yang sangat penting baik bagi masyarakat maupun bagi kehidupan perekonomian kota. Pasar tradisional Bulu yang dirancang dan dibangun serius dan artistik sebagai *public building* didirikan pada zaman kolonial. Dibangun pada tahun 1936, Pasar Bulu pada saat itu merupakan sentra perdagangan yang ideal memenuhi kebutuhan kota. Baik pedagang maupun pengunjung merasa nyaman dengan kelengkapan fasilitas maupun kapasitas yang optimal. Pada saat itu jenis maupun jumlah pedagang sesuai dengan daya dukung yang ada, penempatan terbagi menurut zoning yang ditetapkan.

Secara konseptual pasar tradisional Bulu yang sekarang telah mewadahi konsep-konsep yang umumnya sudah melekat pada pasar-pasar tradisional yang banyak dikenal orang, yakni sesuatu yang "agak *chaotic* (kekacauan)", namun selalu memikat. Tantangan dunia arsitektur yang sering dihadapi oleh pasar-pasar tradisional pada umumnya yaitu problem ruang (*space*).

Dalam perkembangannya, pemanfaatan ruang pasar yang disediakan oleh pengelola pasar tradisional Bulu Semarang dapat dikategorikan berdasarkan penggunaan oleh pedagang sebagai berikut :

- a. ruang yang memang sudah direncanakan dan sudah digunakan sebagaimana mestinya,
- b. ruang yang direncanakan tetapi tidak optimal termanfaatkan dan
- c. ruang yang tidak direncanakan tetapi muncul ruang karena perilaku pedagang.

Dari kategori tersebut diatas, merupakan gambaran fenomena yang menunjukkan adanya interaksi yang terjadi antara arsitektur sebagai hasil desain dan interpretasi aktivitas pedagang yang berbeda sebagai pengguna. Tuntutan kebutuhan, karakteristik lingkungan fisik dan lingkungan administrasi memberikan kesempatan pedagang melakukan aksi memanfaatkan ruang dengan membuat dasaran yang tidak sesuai dengan fungsinya seperti menempati areal yang ditujukan untuk parkir. Pedagang mulai mengakuisisi jalur untuk pengunjung yang berjalan kaki dan lahan parkir. Akibatnya selain harus menata para pedagang, pasar tradisional Bulu juga harus menata *management traffic*, yaitu jalur pejalan kaki dan tempat parkir.

Untuk mendapatkan posisi ruang yang strategis menghasilkan sesuatu yang menguntungkan, para pedagang berlomba-lomba memanfaatkan ruang yang tidak sesuai dengan fungsinya walaupun itu

melanggar aturan sehingga terjadi berbagai permasalahan diantaranya menimbulkan titik kemacetan baru, kondisi pasar yang semakin kumuh dan semrawut, lingkungan yang secara visual berkesan buruk serta padat.

Berkaitan dengan hal-hal tersebut perlu adanya kajian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemanfaatan ruang oleh pedagang serta eksistensinya terhadap ruang lain berdasarkan faktor-faktor penyebab baik fisik maupun non fisik.

## **1.2. Rumusan Permasalahan**

Bertitik tolak dari latar belakang pemikiran yang mendasari tema pada kasus di atas, dan dari pengamatan awal (*preliminary observe*) dapat dirumuskan permasalahan yang ada melalui uraian sebagai berikut :

- a. Bagaimana kondisi seting ruang berdasarkan aktifitas pedagang dalam memanfaatkan ruang secara optimal ?
- b. Atribut apa sajakah yang mempengaruhi pemanfaatan ruang oleh pedagang dalam memilih tempat berjualan ?

## **1.3. Tujuan Studi**

Sesuai dengan perumusan masalah yang diangkat, penelitian ini diharapkan memperoleh gambaran tentang :

1. Kondisi seting ruang di pasar tradisional Bulu yang digunakan untuk tempat berjualan.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemanfaatan ruang oleh pedagang dalam memilih tempat untuk berjualan.

#### **1.4. Ruang Lingkup**

##### **1.4.1. Lingkup Spasial**

Penentuan lingkup spasial yang menjadi acuan dalam kajian terhadap pemanfaatan ruang di pasar tradisional Bulu Semarang ini adalah dengan pertimbangan :

1. Indikatornya terletak pada kondisi objektif pada bangunan dan tata ruang pasar tradisional Bulu Semarang yang belakangan ini semakin kumuh, semrawut, dan suram sehingga tidak selaras dengan perkembangan lingkungan.
2. Kondisi pasar tradisional Bulu Semarang yang suram semakin menyedihkan apabila diperbandingkan dengan fasilitas pasar modern (swalayan, supermarket) yang terbilang mewah dan nyaman.
3. Belakangan tampak kecenderungan masyarakat untuk lebih memilih pasar modern ketimbang yang tradisional. Kalau pun pasar tradisional masih bertahan dengan segala kelemahannya, dapat diperkirakan dukungannya terbatas dari segmen tertentu yang tergolong menengah ke bawah.

Lokasi penelitian berada pada area inti (*core area*). Sesuai dengan data, area inti meliputi area eksisting Pasar Bulu yang terletak di Kecamatan Semarang Selatan, Kelurahan Barusari, dengan luas tapak keseluruhan adalah 24.255 m<sup>2</sup>, sedangkan luas bangunan Pasar Bulu keseluruhan adalah 13.733 m<sup>2</sup> yang terbagi atas : Pasar Bulu Lama yaitu 1.092 m<sup>2</sup>, Pasar Bulu Inpres Lantai 1 yaitu 1.310 m<sup>2</sup>, Pasar Bulu Inpres Lantai 2 yaitu 1.299 m<sup>2</sup>, Pasar Bulu Induk Lantai 1 yaitu 5.820 m<sup>2</sup> dan Pasar Bulu Induk Lantai 2 yaitu 4.212 m<sup>2</sup>. Pasar Bulu memiliki batasan sebagai berikut:

- ❖ Sebelah Utara : Jalan Mgr. Sugiyopranoto
- ❖ Sebelah Selatan : Jalan Jayengan
- ❖ Sebelah Timur : Jalan Hos Cokroaminoto
- ❖ Sebelah Barat : Jalan Suyudono

Sedangkan untuk area pengembangan yang dijadikan obyek penelitian meliputi lokasi di koridor sisi depan lahan parkir sebelah timur yaitu pada entrance dari arah Jalan Hos Cokroaminoto.

#### **1.4.2. Lingkup Substansial**

1. Mengadakan serangkaian analisis dalam kajian terhadap pemanfaatan ruang di pasar tradisional Bulu Semarang sebagai upaya pendekatan kemungkinan yang dapat ditempuh guna mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemanfaatan ruang



oleh pedagang dalam memilih tempat untuk berjualan serta setting ruang yang ideal bagi para pengguna pasar tradisional Bulu Semarang.

2. Mengadakan kajian literatur yang dilakukan dalam rangka mencari pijakan teoritis kajian terhadap pemanfaatan ruang di pasar tradisional Bulu Semarang.
3. Setelah mengadakan serangkaian analisis dan pengkajian teori diharapkan dapat dihasilkan suatu kesimpulan berupa :

Faktor-faktor penyebab baik secara fisik maupun non fisik yang mempengaruhi pemanfaatan ruang oleh pedagang sehingga menimbulkan fenomena ruang yang direncanakan tetapi tidak optimal termanfaatkan karena kurang diminati dan ruang yang tidak direncanakan tetapi muncul ruang karena perilaku pedagang dalam melakukan aktivitasnya.

### **1.5. Originalitas Penelitian**

Sebatas pengetahuan, penelitian tentang kajian terhadap pemanfaatan ruang di pasar tradisional masih jarang kita jumpai. Ada beberapa penelitian telah dilakukan dengan mengambil tema yang mana pada intinya membahas tentang penataan sebuah pasar tradisional.

1. **Agung Kumoro W (2002)** melakukan penelitian tentang ruang publik pasar tradisional di Surakarta, yang mengkaji dari aspek arsitektur

perilaku. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan postpositivistik rasionalistik paradigma kualitatif untuk mengetahui atribut dan perubahan ekspresi ruang di pasar Legi Surakarta. Hasil penelitian adalah perubahan ekspresi ruang publik pasar Legi Surakarta terjadi karena adanya faktor kebutuhan ruang untuk menampung aktivitas berjualan pedagang sektor informal yang tidak memiliki tempat berjualan. Pedagang memanfaatkan ruang publik Pasar Legi tetap memperhatikan kemudahan pencapaian, kemudahan melihat dan dilihat, kenyamanan komunikasi sesama pedagang. Kondisi tolerable bisa diamati dengan munculnya atribut aksesibilitas, teritorialitas, kenyamanan, adaptabilitas, visibilitas, sosialisasi dan personalitas.

2. **Laporan Antara Pemerintah Kabupaten Pemalang (2002)** melakukan penelitian tentang tata bangunan dan lingkungan kawasan pasar tradisional di Pemalang., yang mengkaji dari aspek struktur. Penelitian tersebut menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif untuk mengetahui pengembangan suatu pusat perdagangan dan jasa pada kawasan pasar Pagi di Pemalang. Hasil penelitian adalah terjadinya perubahan tata bangunan dan lingkungan pasar Pagi Pemalang akibat dari fisik bangunan yang sudah tidak memadai ditunjang pula dengan aktivitas pedagang dalam memilih tempat berjualan diluar dari ruang-ruang yang telah disediakan.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi :

1. Untuk pengembangan ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dan memperluas penelitian khususnya dengan bidang arsitektur dan perilaku manusia.
2. Manfaat penelitian di bidang perencanaan dan perancangan adalah untuk memberi arahan (masukan) pada penentu kebijakan, perencana dan perancang khususnya bangunan pasar tradisional.

## 1.8. Metodologi Penelitian

Tipe penelitian ini adalah merupakan penelitian eksploratif yaitu tipe penelitian yang menjelaskan tentang atribut yang mempengaruhi pedagang dalam memilih tempat berdagang serta tata ruangnya. Dengan menggunakan metode penelitian :

### 1. Atribut Penelitian

Atribut adalah segala sesuatu yang bisa memiliki nilai (**Sekaran, Uma, 2000; 427**). Atau karakteristik, sifat, atau atribut yang di ukur, atau suatu simbol yang kepadanya nilai-nilai diberikan (**Zikmund, William. G 2000; 75**). Berdasarkan kedua pendapat ini disimpulkan bahwa atribut adalah karakteristik, sifat, atau variabel yang memiliki beragam nilai.

Atribut merupakan konsep yang nilainya bervariasi dari waktu ke waktu atau dari satuan analisis ke satuan analisis yang lain. Atribut merupakan obyek penelitian atau yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi atribut adalah sebagai berikut :

- ❖ Atribut bebas : tempat berjualan.
- ❖ Atribut tergantung : seting ruang dan atribut.

### 2. Sumber Data

Menurut **Zikmund, William. G (2000; 19)**, data adalah fakta-fakta, atau ukuran suatu fenomena yang terekam. Menurut **Sekaran, Uma (2000; 395)**, data adalah informasi mentah (*raw information*) yang tersedia yang diperoleh melalui wawancara, kuesioner, observasi, dan *database*

sekunder. Sedangkan menurut **Raymond – Alain Thietart et al., (2001)**, data adalah representasi realitas yang dituliskan dalam sistem simbol-simbol. Peneliti menghadapi realitas, yaitu data.

- ❖ Data primer, data yang belum tersedia sehingga untuk menjawab masalah penelitian, data harus diperoleh dari sumber aslinya (**Simamora, Bilson, 2004; 222**), yang dilakukan melalui observasi dan wawancara terhadap sampel yaitu kepada pedagang, mengenai bagaimana menentukan lokasi berjualan serta kepada Dinas Pasar sebagai instansi yang mengatur pengelolaan para pedagang, berupa jawaban respon perilaku pedagang dalam memilih tempat berdagang dan tempat yang ideal bagi mereka.
- ❖ Data sekunder, data yang sudah tersedia atau sudah dikumpulkan untuk suatu tujuan sebelumnya (**Simamora, Bilson, 2004; 222**), yang berupa dokumen pada instansi terkait dalam hal ini Dinas Pasar sebagai pengelola pasar seperti data mengenai seting ruang yang telah ada, jumlah pedagang serta data lain yang relevan, berupa jumlah pedagang berdasarkan karakteristik dagangan, kondisi pasar, ruangan pasar.

Dengan penentuan kasus sebagai obyek penelitian dibedakan atas pemanfaatan ruang dan pengguna ruang tersebut (pedagang, konsumen dan pengelola).

a. Pemanfaatan ruang

Penentuan kasus pemanfaatan ruang sebagai bahan/sampel penelitian ditentukan berdasarkan kriteria :

- ❖ Pemanfaatan ruang parkir di sisi bagian timur pasar tradisional Bulu Semarang digunakan untuk tempat berjualan pedagang sektor formal (pedagang yang sebenarnya memiliki kios/los terletak di lantai 2 pasar tradisional Bulu).
- ❖ Pemanfaatan ruang parkir di sisi bagian timur pasar tradisional Bulu Semarang merupakan ruang yang dikenal menonjol (digunakan secara rutin) untuk berjualan pedagang formal.

b. Pedagang

Pedagang yang diamati adalah pedagang sektor formal yang berjualan di ruang parkir di sisi bagian timur pasar tradisional Bulu Semarang. Pengamatan kegiatan pedagang dilihat menurut jenis barang yang dijual (basah dan kering), juga dilihat pada apa yang melatarbelakangi mereka berjualan ditempat itu, kaitannya dengan seting ruang yang ditempati untuk berjualan.

c. Konsumen

Konsumen yang datang ke ruang parkir di sisi bagian timur pasar tradisional Bulu Semarang diamati tidak dibedakan berdasarkan jenis konsumen (pelanggan, pengunjung, atau bukan). Konsumen diamati kaitannya dengan aktivitas yang dilakukan pada saat bertransaksi dengan pedagang sektor formal di ruang parkir di sisi bagian timur

pasar tradisional Bulu Semarang. Hal ini dilakukan karena sebagai fokus pengamatan adalah pedagang sektor formal, dan konsumen sebagai faktor yang mempengaruhi adanya aktivitas pedagang di tempat itu.

d. Pengelola

Pengelola diamati dari kebijakan-kebijakan apa yang diimplementasikan sehingga pedagang formal berani mempergunakan ruang parkir di sisi bagian timur pasar tradisional Bulu Semarang untuk berjualan.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data tidak lain adalah informasi mentah (*raw information*) yang tersedia, yang diperoleh melalui wawancara, kuesioner, observasi, dan *database* sekunder.

Sebagai kontrol dalam proses pengumpulan data, metode observasi, komunikasi/wawancara dan studi dokumenter digunakan untuk saling melengkapi dan meminimalisir subjektivitas pandangan peneliti.

Ada 3 tahap teknik pengumpulan data yaitu tabulating, editing, scoring dan deskriptif.

1. Tabulating adalah proses pengelompokan jawaban responden berdasarkan kategori jawaban.

2. Editing adalah proses mengedit jawaban responden apabila ada jawaban yang dianggap tidak sesuai sehingga tidak dimasukkan ke dalam proses selanjutnya.
3. Scoring adalah penjumlahan jawaban responden per-item pertanyaan.

#### **4. Teknik Pengolahan Dan Penyajian Data**

1. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner akan dipergunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan hasil kuesioner tersebut melalui analisis deskriptif kuantitatif.
2. Data dari hasil analisis deskriptif kuantitatif ini akan dipergunakan sebagai pedoman dan acuan dalam rangka menyusun perencanaan pasar tradisional Bulu Semarang dimasa yang akan datang yang mengacu pada cetak biru yang lalu.

#### **5. Teknik Sampling**

Berdasarkan dari karakteristik pedagang yang ada maka teknik pengumpulan sampling adalah *Cluster Random Sampling* yaitu teknik pengambilan sample berdasarkan karakteristik-karakteristik tertentu. Dalam penelitian, karakter pedagang dapat digolongkan berdasarkan komoditi (barang dagangan) :

- ❖ Dagangan basah antara lain : daging, ikan, sayur-mayur, buah-buahan, bumbu, palawija.
- ❖ Dagangan kering antara lain : pakaian, kelontong, plastik, jajanan, alat tulis dan lain sebagainya.



Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang yang berjualan pada ruang parkir di sisi bagian timur pasar tradisional Bulu Semarang. Sedangkan proportional sample adalah karakter pedagang yang digolongkan berdasarkan jenisnya yaitu barang dagangan basah dan barang dagangan kering yang berada di lokasi penelitian. Menurut **Mason, Robert D. and Lind, Douglas A. (1996)**, jika besar sample sekurang-kurangnya 30, maka hasilnya dianggap memuaskan. Sehingga dalam penelitian ini mengambil sample sebanyak 30 orang dengan asumsi masing-masing karakteristik pedagang dapat terwakili (15 responden pedagang basah/cluster 1 dan 15 responden pedagang kering/cluster 2). Untuk konsumen digunakan *Quota Random Sampling* yaitu pengambilan sample secara acak dengan jumlah sample yang telah ditentukan terlebih dahulu karena populasi konsumen tidak bisa diprediksikan/tak terbatas (*indefinite population*) berapa jumlah konsumen setiap harinya maka sample yang diambil sekurang-kurangnya 30 agar distribusi probabilitas normal.

**TABEL I.1.**  
**Contoh Sample**

Sample	Jumlah
1. Pedagang	30
2. Konsumen	30

Sumber : Penelitian yang telah dikembangkan, 2004

## 6. Teknik Analisa Data

### ❖ Teknik analisis data untuk pedagang dan konsumen

Untuk menganalisis pedagang dan konsumen adalah berdasarkan skala ordinal yaitu hasil yang diperoleh dari menghitung dan membilang dan biasanya diperoleh dari penelitian yang bersifat eksploratif atau survey. (Sugiyono, 2000; 15). Hasil dari pertanyaan terstruktur dengan menggunakan pilihan berganda yaitu beberapa pilihan diberikan, responden diminta memilih salah satu. Kemudian digunakan deskriptif kuantitatif untuk mengetahui respon pedagang dan konsumen terhadap indikator-indikator penelitian yaitu kenyamanan (*comfort*), sosialitas (*sociality*), legibilitas (*legibility*), aksesibilitas (*accessibility*), adaptabilitas (*adaptability*), rangsangan inderawi (*sensory stimulation*), aktivitas (*activity*), kontrol (*control*), makna (*meaning*), kesesakan (*crowdedness*), privasi (*privacy*) dan visibilitas (*visibility*).

### ❖ Teknik analisis data untuk pengelola

Pengumpulan jawaban pengelola adalah berdasarkan pertanyaan terbuka, sehingga input dari pengelola mengenai pasar tidak terbatas.

## 7. Penarikan Kesimpulan dan Rekomendasi Penelitian

Kesimpulan yang didapat berdasarkan dari hasil analisis data para pengguna pasar (pedagang, konsumen dan pengelola) dengan tujuan agar mampu mengidentifikasi perilaku pedagang dalam memilih

tempat berjualan serta merekomendasikan seting ruang yang ideal bagi pedagang, konsumen maupun pengelola. Sehingga sasaran yang ingin dicapai yaitu mengetahui kondisi seting ruangan berdasarkan aktivitas pedagang meliputi ruang yang disediakan, mengetahui atribut apa sajakah yang mempengaruhi pedagang dalam memilih tempat berjualan serta mengetahui kondisi seting ruangan yang ideal bagi pedagang, konsumen dan pengelola.

Dari kesimpulan diatas, maka dapat direkomendasikan bagi penelitian sejenis pada masa yang akan datang dan kepada dinas terkait.

## **1.9. Sistimatika Pembahasan**

**Bab I        Pendahuluan**, termuat penjelasan mengenai latar belakang, rumusan permasalahan, tujuan studi, ruang lingkup (spasial dan substansial), originalitas penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran (*problem solving*), metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

**Bab II        Kajian Pustaka**, berisi review terhadap teori/kondep yang terdapat dalam literatur yang berkaitan dengan tema Tesis. Tinjauan pustaka ini mencakup literatur yang berkaitan dengan teori yang melatarbelakangi. Tinjauan pustaka juga membahas tentang konsep-konsep dan teori yang berkaitan dengan tujuan penelitian, yakni mengkaji referensi, hasil-hasil penelitian dan

seminar sebelumnya yang mempunyai relevansi terhadap pemanfaatan ruang pada sebuah pasar, bagian ini sebagai awal dalam usaha memahami permasalahan dan hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini kemudian selanjutnya dipakai sebagai alat untuk mengkaji hasil penelitian.

**Bab III      Gambaran Wilayah Studi,** berisikan paparan mengenai wilayah studi baik dalam kerangka wilayah makro maupun yang berkaitan dengan tujuan studi, yang mana memuat data-data yang telah berhasil dikumpulkan selama penelitian.

**Bab IV      Analisis,** berisikan data-data yang telah berhasil dikumpulkan selama penelitian dibuatkan perhitungan dan pengukuran terhadap data berdasarkan alat analisis yang digunakan.

**Bab V      Kesimpulan dan Rekomendasi,** berisikan penjelasan hasil studi secara keseluruhan, rekomendasi yang mungkin bisa dikeluarkan, serta catatan mengenai kelemahan dan studi lanjutan.

## **BAB II**

### **Kajian Pustaka Terhadap Pemanfaatan Ruang Di Pasar Tradisional**

Kajian pustaka mengemukakan teori yang berhubungan dengan penelitian. Pada dasarnya kajian literatur mempunyai relevansi dengan tema yang diangkat dan berfungsi sebagai kunci analisa dalam kajian terhadap pemanfaatan ruang di Pasar Bulu Semarang.

Teori digunakan sebagai *background* teori dalam kajian sehingga memungkinkan digunakan untuk mencari data dan melakukan pengamatan lapangan sesuai dengari relevansi teori yang dibangun sebelumnya. Dengan demikian kajian teori mempunyai signifikansi yang besar dalam pemilihan objek pengamatan dan pemilihan pencarian data di lapangan.

Landasan teoritis dilakukan dengan mengkaji sumber-sumber literatur, sebagai langkah awal untuk mengetahui secara detail obyek penelitian, tujuan, dan cara penelitiannya.

#### **2.1. Teori Ruang**

Ruang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia di mana pun dia berada, baik secara psikologi dan emosional (persepsi), maupun dimensional. Manusia selalu berada dalam ruang, bergerak serta

menghayati, berpikir dan juga menciptakan ruang untuk menyatakan bentuk dunianya. Ciptaan yang artistik disebut ruang arsitektur. Ruang arsitektur ini menyangkut interaksi antara ruang dalam dan ruang luar, yang saling mendukung dan memerlukan penataan lebih lanjut.

Ruang mempunyai arti yang penting bagi kehidupan manusia semua kehidupan dan kegiatan manusia berkaitan dengan aspek ruang. Adanya hubungan antara manusia dengan suatu obyek, baik secara visual maupun melalui indra pendengar, indra perasa, indra penciuman ataupun perasa, akan selalu menimbulkan kesan ruang.

Ruang sebagai salah satu komponen arsitektur menjadi penting dalam pembahasan studi hubungan arsitektur lingkungan dan perilaku karena fungsinya sebagai wadah kegiatan manusia. Perilaku dioperasionalisasikan sebagai kegiatan manusia yang membutuhkan seting atau wadah kegiatan yang berupa ruang. Berbagai kegiatan manusia saling berkaitan dalam satu sistem kegiatan. Dengan demikian wadah-wadah berbagai kegiatan tersebut juga terkait dalam suatu sistem pula. Keterkaitan wadah-wadah kegiatan inilah yang membentuk tata ruang yang merupakan bagian dari bentuk arsitektur.

Definisi ruang dalam **Kamus Besar Bahasa Indonesia (1989; 755)**, berarti rongga atau tempat yang terbatas atau terlingkung oleh bidang. Menurut **Imanuel Kant** berpendapat dalam **Edward, Paul (1972; 308)**, bahwa ruang bukanlah sesuatu yang obyektif sebagai hasil pikiran dan

perasaan manusia. Sedangkan menurut Plato dalam Hakim, Rustam (1991; 2), mengatakan bahwa "Ruang adalah suatu kerangka atau wadah di mana obyek dan kejadian tertentu berada". Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan manusia dan ruang adalah dimana ruang sebagai salah satu komponen dari arsitektur yang mempunyai peranan sangat penting dan merupakan suatu wadah kegiatan yang tidak nyata akan tetapi dapat dirasakan keberadaannya oleh manusia.

Konsep mengenai ruang (*space*), selama ini dikembangkan melalui beberapa pendekatan yang berbeda dan selalu mengalami perkembangan. Menurut Friedman and Weaver (1979), Harvey (1973) dalam Haryadi, Setiawan B (1995), terdapat 3 pendekatan mengenai ruang, yaitu :

❖ *Ecological approach* (pendekatan ekologis)

Ruang sebagai satu kesatuan ekosistem, dimana komponen-komponen ruang saling terkait dan berpengaruh secara mekanistik.

❖ *Functional/economical approach* (pendekatan ekonomi dan fungsional)

Ruang sebagai wadah fungsional berbagai kegiatan, dimana faktor jarak atau lokasi menjadi penting.

❖ *Socio – political approach* (pendekatan sosial – politik)

Ruang tidak sebagai sarana produksi akan tetapi juga sebagai sarana untuk mengakumulasi *power* atau penguasaan ruang.

Ketiga pendekatan di atas akan terasa lebih lengkap apabila diikuti sertakan unsur manusia sebagai *human agency* yang mempunyai kehendak dan kemauan (Flanagan, 1992).

Ruang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Hal ini disebabkan manusia selalu bergerak dan berada didalamnya. Ruang tidak akan ada artinya jika tidak ada manusia. Oleh karena itu, titik tolak dari perancangan ruang harus selalu didasarkan pada manusia.

Menurut S. V. Szokolay (1980; 15), hubungan manusia dengan ruang lingkungan dapat dibagi 2, yaitu :

❖ Hubungan Dimensional (*Antropometrics*)

Menyangkut dimensi-dimensi yang berhubungan dengan tubuh manusia dan pergerakannya untuk kegiatan manusia.

❖ Hubungan Psikologi dan Emosional (*Proxemics*)

Hubungan ini menentukan ukuran-ukuran kebutuhan ruang untuk kegiatan manusia.

Hubungan keduanya menyangkut persepsi manusia terhadap ruang lingkungannya.

Dalam hubungan dengan ruang, Edward T. Hall (Forest Wilson; Struktur Essensi Arsitektur; 15) dalam Hakim, Rustam (1991; 2), menulis bahwa : "Salah satu perasaan kita yang penting mengenai ruang ialah perasaan teritorial. Perasaan ini memenuhi kebutuhan dasar akan identitas diri, kenyamanan dan rasa aman pada pribadi manusia".



## 2.2. Psikologi Ruang Dan Hubungan Antara Lingkungan Dengan Perilaku Manusia

Psikologis ruang timbul akibat dari kesadaran kita mengenai adanya ruang (Wiranto, 1997). Menurut Barker, Roger (1968), pentingnya proses-proses psikologis dalam memediasi hubungan antara manusia dan lingkungan, yang dikenal dengan istilah *behavior setting* yang dapat diartikan sebagai suatu interaksi antara suatu kegiatan dengan tempat yang spesifik.

Ada 6 cara sudut pandang yang dapat menjelaskan hubungan antara perilaku manusia dan ruang (Bell, Paul A, 1996 ; 116-146), yaitu :

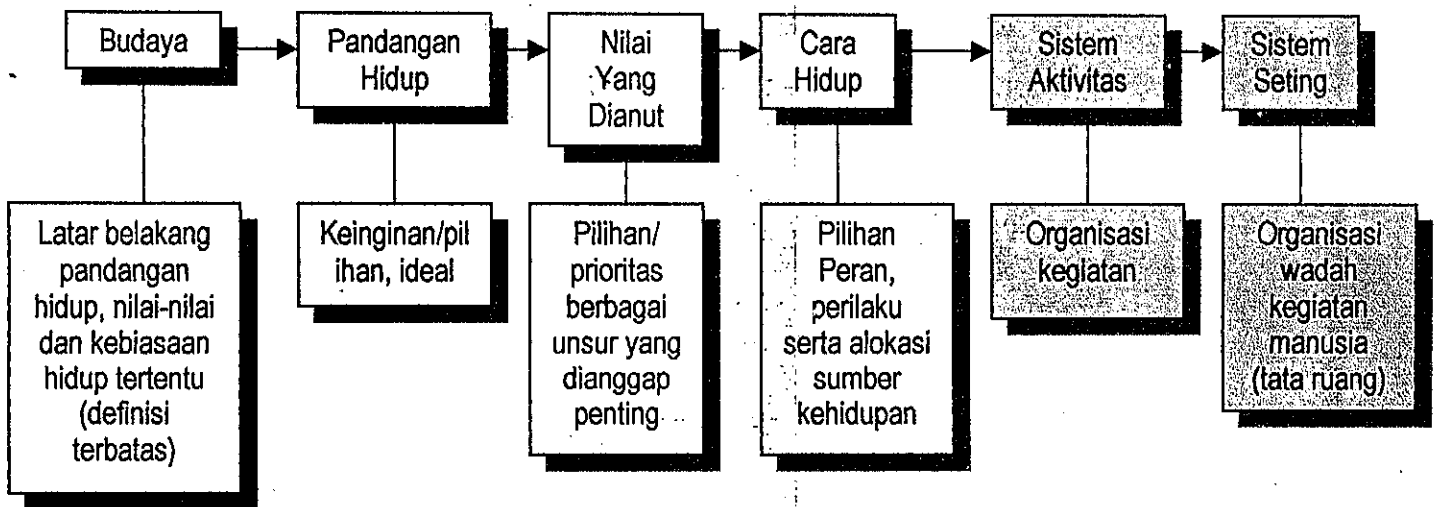
1. Perilaku muncul karena adanya rangsangan dari dalam organisme itu sendiri
2. Perilaku muncul karena adanya rangsangan dari luar organisme
3. Perilaku muncul karena adanya adaptasi
4. Perilaku muncul karena adanya keadaan yang memaksa dari lingkungan
5. Perilaku muncul karena adanya tekanan-tekanan (peraturan, norma)
6. Perilaku muncul karena adanya pengaruh dari ekologi psikologi

Perilaku manusia diatas adalah upaya penyesuaian diri untuk "mengubah diri agar sesuai dengan lingkungan" atau "mengubah lingkungan agar sesuai dengan dirinya".

### 2.3. Perilaku Sebagai Suatu Pendekatan

Pendekatan perilaku, menekankan pada keterkaitan yang dialektik antara ruang dengan manusia dan masyarakat yang memanfaatkan atau menghuni ruang tersebut.

**GAMBAR 2.1**  
**Hubungan Antara Budaya, Perilaku,**  
**Sistem Aktivitas dan Sistem Seting**

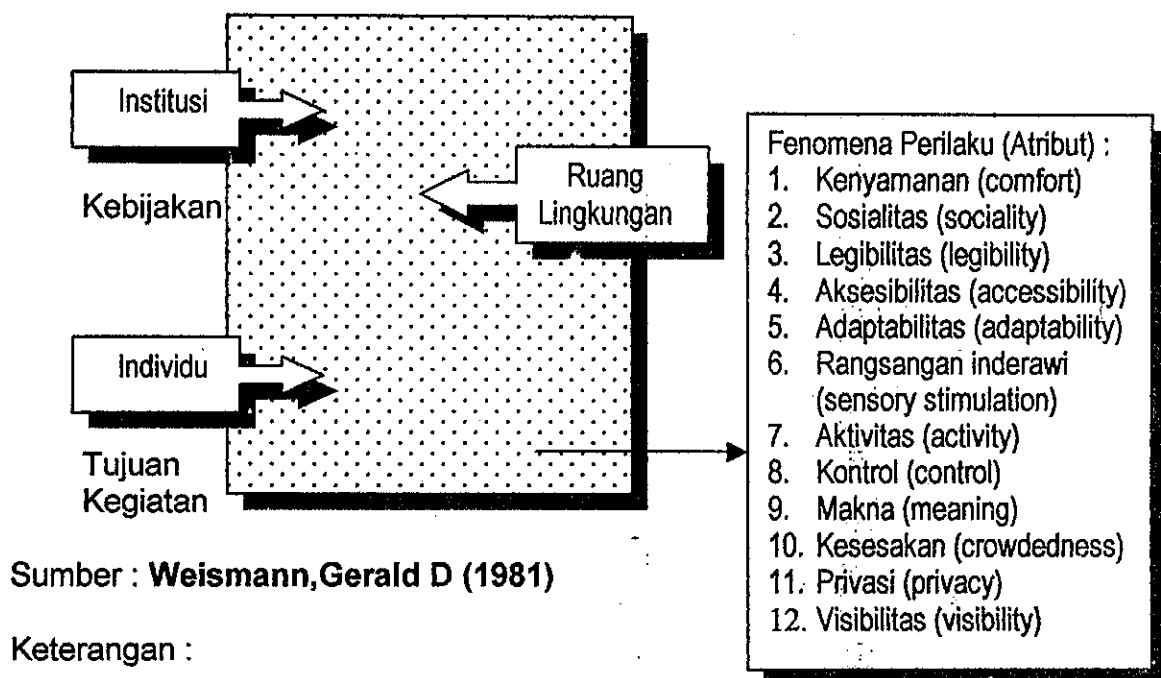


Sumber : Rapoport, Amos, 1977

Pendekatan ini menekankan perlunya memahami perilaku manusia atau masyarakat (yang berbeda-beda di setiap daerah) dalam memanfaatkan ruang. Pendekatan ini melihat bahwa aspek-aspek norma, kultur, psikologi masyarakat yang berbeda akan menghasilkan konsep dan wujud ruang yang berbeda (Rapoport, Amos, 1969).

Fenomena perilaku yang terjadi merupakan hasil dari bentuk interaksi antara manusia dengan lingkungan fisik. Dari bentuk interaksi ini akan menghasilkan apa yang disebut "atribut". Atribut adalah kualitas lingkungan yang dirasakan sebagai pengalaman manusia, merupakan produk organisasi, individu dan seting fisik.

**GAMBAR 2.2**  
**Model Sistem Lingkungan – Perilaku**



Sumber : Weismann, Gerald D (1981)

Keterangan :

❖ Institusi :

dimana individu melakukan tugasnya sehari-hari yang berupa kebijakan, pengelolaan.

❖ Seting fisik :

kondisi fisik tempat kegiatan berlangsung terdiri dari komponen dan properti.

❖ Individu :

pengguna seting fisik yang melakukan kegiatan.

❖ Fenomena perilaku berupa atribut :

**1. Kenyamanan (comfort)**

Menurut **Weismann, Gerald D (1981)**, kenyamanan merupakan keadaan lingkungan yang dapat diterima oleh panca indra dan *antropometrik* (menyangkut proporsi, dimensi dan karakteristik fisiologis) dan mampu memfasilitasi kegiatan untuk mendapatkan kinerja yang baik.

**2. Sosialitas (sociality)**

Merupakan kemampuan seseorang dalam melakukan hubungan sosial dengan sesamanya pada suatu seting (**Weismann, Gerald D, 1981**). Suatu tingkat dimana orang dapat mengungkapkan dirinya dalam hubungan perilaku sosial dihubungkan secara langsung pada susunan tempat duduk dan meja dari suatu ruang umum, jarak antara perseorangan, perilaku nonverbal seperti sudut tubuh, kontak mata, ekspresi muka adalah menunjukkan kualitas sosialisasi diantara perseorangan.

**3. Legibilitas (legibility)**

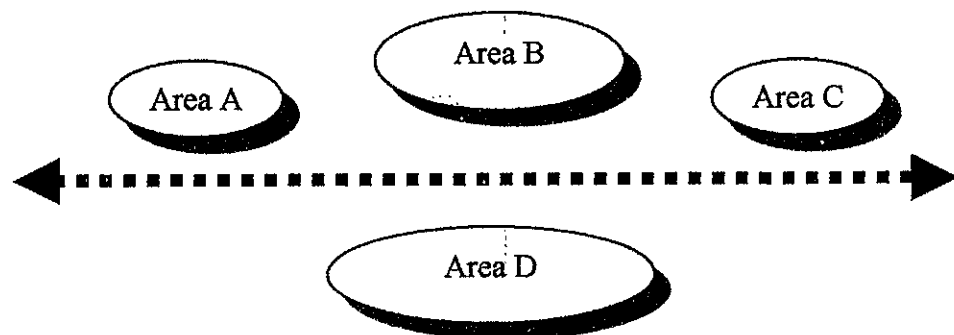
Merupakan kemampuan suatu lingkungan menciptakan kemudahan bagi seseorang untuk mengenal dan memahami elemen-elemen kunci, sehingga mereka dapat menemukan lingkungan tersebut atau besarnya kesempatan yang diberikan berkaitan dengan ekspresi fisik lingkungan/bangunan (Weismann, Gerald D, 1981).

#### 4. Aksesibilitas (accessibility)

Weismann, Gerald D (1981), mengemukakan bahwa aksesibilitas merupakan kemudahan bergerak melalui dan menggunakan lingkungan. Kemudahan yang dimaksud berhubungan dengan sirkulasi dan visual. Kemudahan pencapaian dimaksud adalah memperhatikan kelancaran sirkulasi dalam arti tidak menyulitkan pemakai, tidak berliku-liku dan tidak membahayakan. Sedangkan visual berarti terlihat atau nampak jelas termasuk akses dan komponen seting.

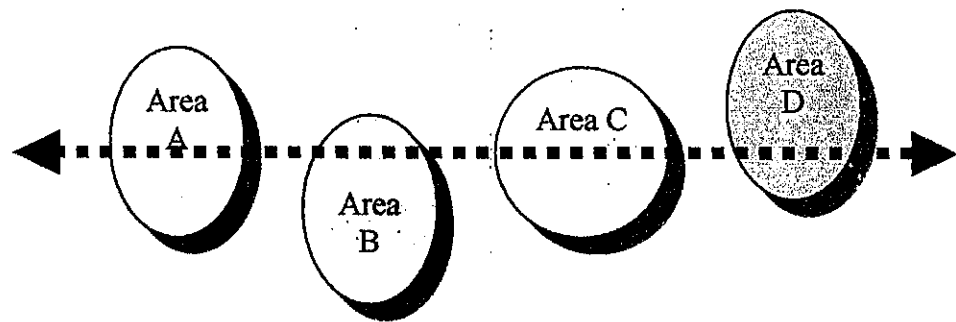
Sistem sirkulasi sangat erat hubungannya dengan pola penempatan kegiatan/aktivitas dan pola penggunaan tanah sehingga merupakan pergerakan dari ruang yang satu ke ruang yang lain. Hubungan jalur sirkulasi dengan ruang dapat dibedakan menjadi 3 macam (Hakim, Rustam, 1991;2) :

**GAMBAR 2.3**  
**Jalur Sirkulasi "Melalui" Antar Ruang**



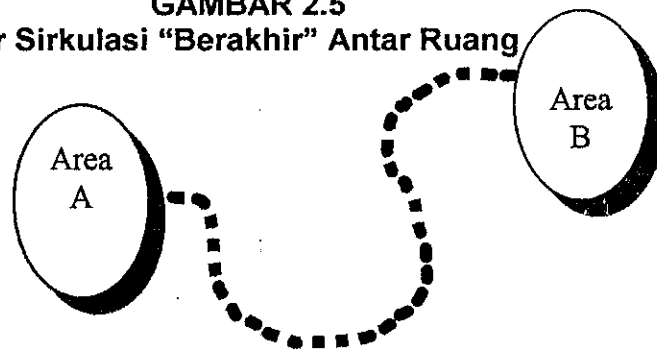
- ❖ Jalur lalu lintas “melalui” antar ruang. Integritas masing-masing ruang kuat dan bentuk alur cukup fleksibel

**GAMBAR 2.4**  
**Jalur Sirkulasi “Memotong” Antar Ruang**



- ❖ Jalur “memotong” ruang. Mengakibatkan terjadinya ruang gerak dan ruang diam.

**GAMBAR 2.5**  
**Jalur Sirkulasi “Berakhir” Antar Ruang**



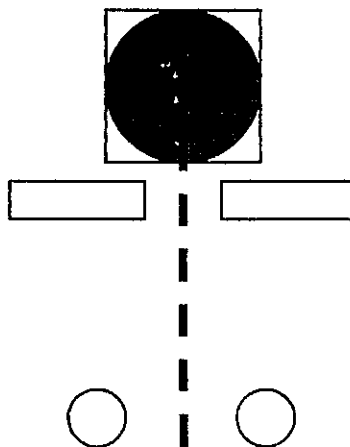
- ❖ Jalur “berakhir” pada ruang. Lokasi ruang menentukan arah dan sering digunakan pada ruang bernilai fungsional atau simbolis.

Menurut Hakim, Rustam (1991; 2), pencapaian ruang sangat berkaitan erat dengan sistem sirkulasi. Ada beberapa sistem pencapaian terhadap ruang pada dasarnya dapat dibedakan menjadi :

- ❖ Pencapaian frontal

Sistem pencapaian langsung mengarah dan lurus ke objek ruang yang dituju. Pandangan visual objek yang dituju jelas terlihat dari jauh.

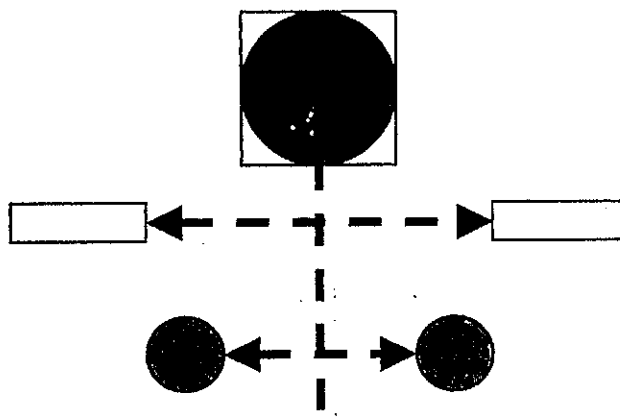
**GAMBAR 2.6**  
**Pencapaian Frontal**



❖ **Pencapaian kesamping**

Memperkuat efek objek perspektif yang dituju. Jalur pencapaian dapat dibelokkan berkali-kali untuk memperbanyak *sequence* sebelum mencapai objek.

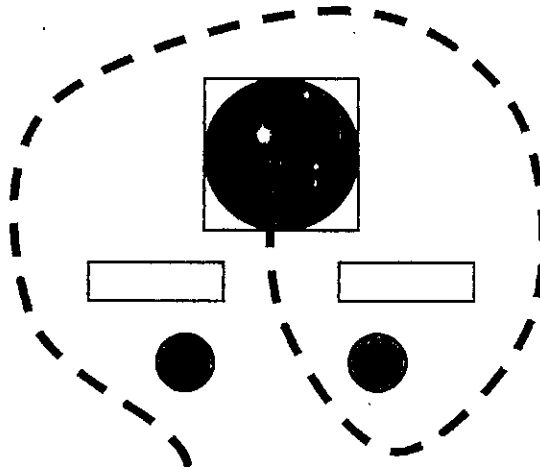
**GAMBAR 2.7**  
**Pencapaian Kesamping**



❖ Pencapaian memutar

Memperlambat pencapaian dan memperbanyak *sequence*. Memperlihatkan tampak 3 dimensi dari objek dengan mengelilinginya.

**GAMBAR 2.8**  
**Pencapaian Memutar**



**5. Adaptabilitas (adaptability)**

Merupakan kemampuan lingkungan untuk dapat menampung perilaku yang berbeda dan belum ada sebelumnya (Weismann, Gerald D, 1981).

**6. Rangsangan inderawi (sensory stimulation)**

Kualitas dan intensitas rangsangan sebagai pengalaman yang dirasakan oleh indera manusia (Weismann, Gerald D, 1981).

**7. Aktivitas (activity)**

Merupakan adanya perilaku di dalam suatu lingkungan yang terlihat intensif (Weismann, Gerald D, 1981). Sedangkan menurut Bechtel and



Zeisel (1987) dalam Haryadi, Setiawan B. (1995), mendefinisikan aktivitas sebagai sesuatu yang dikerjakan oleh seseorang pada jarak waktu tertentu.

#### **8. Kontrol (control)**

Merupakan kondisi suatu lingkungan untuk mewujudkan personalitas dan menciptakan teritori suatu ruang (Weismann, Gerald D, 1981).

#### **9. Makna (meaning)**

Merupakan kemampuan suatu lingkungan menyajikan makna-makna individual atau kebudayaan bagi manusia (Weismann, Gerald D, 1981).

#### **10. Kesesakan (crowdedness)**

Holahan (1982) dalam Sarwono, Sarlito Wirawan (1992), kesesakan merupakan persepsi terhadap kepadatan dalam artian jumlah manusia dan kesesakan adalah persepsi yang bersifat subyektif. Kesesakan juga bisa merupakan perasaan terhadap kepadatan di dalam suatu lingkungan, (Weismann, Gerald D, 1981). Sedangkan menurut Altman (1975), kesesakan yang terjadi karena privasi yang dicapai atau yang didapatkan lebih kecil dari pada privasi yang diinginkan.

#### **11. Privasi (privacy)**

Merupakan kemampuan untuk memonitor informasi (secara visual/suara) yang masuk atau keluar dari suatu lingkungan (Weismann, Gerald D, 1981). Menurut Rapoport, Amos (1977), mendefinisikan kemampuan privasi sebagai kemampuan seseorang atau sekelompok orang

untuk mengendalikan interaksi mereka dengan orang lain, untuk mengontrol jenis-jenis interaksi dan untuk memperoleh kondisi interaksi yang diinginkan. Menurut **Sarwono, Sarlito Wirawan (1992)**, privasi menyatakan keinginan atau kecenderungan pada diri seseorang untuk tidak diganggu dalam kesendiriannya.

## **12. Visibilitas (visibility)**

**Weismann, Gerald D (1981)**, mengemukakan bahwa visibilitas merupakan kemampuan dapat melihat dengan jelas tanpa terhalang benda (secara visual) pada obyek yang dituju dan pada jarak tertentu.

Dari penjabaran diatas, atribut sebagai fokus penelitian diperoleh dengan cara menghubungkan antara kegiatan pengguna ruang dalam melakukan aktivitasnya dengan seting ruang. Menurut **Rapoport, Amos (1986)**, sistem seting atau sistem tempat atau ruang sebagai rangkaian unsur-unsur fisik atau spasial yang mempunyai hubungan tertentu dan terkait hingga dapat dipakai untuk suatu kegiatan tertentu.

## **2.4. Kajian Pasar dan Aspek-aspeknya**

### **2.4.1. Pengertian Pasar Tradisional**

Berdasarkan ilmu ekonomi dalam arti terbatas, pasar adalah tempat tertentu dan tetap bagi pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan aktivitas perdagangan atau transaksi jual beli barang dan jasa.

Pasar adalah kombinasi ruang yang pasti dan tidak pasti, terdefinisi dan tidak terdefinisi, stabil dan tidak stabil, antara nyata dan tidak nyata, (Kompas, Minggu 4 Juli 2004, Hal.14).

Secara sosiologis, pasar muncul disebabkan oleh kebutuhan manusia yang makin beragam sementara mereka tidak dapat mencukupi kebutuhannya sendiri karena barang-barang tersebut tidak terdapat disekitar mereka atau karena mereka tidak memilikinya, kemudian seiring dengan perkembangan sosial, ekonomi, budaya dan teknologi, dibutuhkan suatu tempat yang dapat mewadahi aktivitas jual beli yang dinamakan pasar.

Menurut Webster's (1983 : 324), pengertian pasar yang dalam bahasa Inggris disebut "*Market*", dari bahasa latin "*Mercatus*" mempunyai arti secara umum sebagai berikut :

- ❖ Tempat berkumpul masyarakat untuk menjual dan membeli sesuatu, terutama yang berhubungan dengan kebutuhan sehari-hari.
- ❖ Suatu ruang terbuka atau bangunan, dimana terdapat barang-barang pajangan untuk dijual.
- ❖ Suatu kawasan dimana barang-barang dapat dengan mudah didapatkan atau dijual. Jual beli tersebut dapat berbentuk barang, saham dan lain-lain.

Konsep dasar pasar atau bazar adalah kegiatan jual-beli, tawar-menawar, mungkin dulu semacam "barter" barang tanpa uang atau alat pembayar lainnya, yang menempati ruang terbuka, tanpa dinding.

Pada perkembangannya selain sebagai tempat pertemuan penjual dan pembeli, pasar juga sebagai fungsi rekreasi. Bentuk "membeli dan menjual" pada hakekatnya tidak berubah dari masa ke masa, hanya saja tempat berlangsungnya kegiatan tersebut mengalami perubahan dan perkembangan sejalan dengan berubah dan berkembangnya kebudayaan dan tingkat peradaban manusia.

Tradisional adalah sikap dan cara berpikir serta bertindak yang selalu berpegang teguh pada norma dan adat kebiasaan yang ada secara turun temurun, (**Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1989 hal. 1069**).

Pasar tradisional merupakan pasar yang bentuk bangunannya relatif sederhana, dengan suasana yang relatif kurang menyenangkan (ruang tempat usaha sempit, sarana parkir yang kurang memadai, kurang menjaga kebersihan pasar, dan penerangan yang kurang baik). Barang-barang yang diperdagangkan adalah barang kebutuhan sehari-hari dengan mutu barang yang kurang diperhatikan, harga barang relatif murah, dan cara pembeliannya dengan sistem tawar menawar. Para pedagang sebagian besar adalah golongan ekonomi lemah dan cara berdagangnya kurang profesional. Contoh pasar tradisional : Pasar Impres, Pasar lingkungan dan sebagainya (**Kementrian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia, Senin 25 April 2005**).

Pasar tradisional dapat diartikan sebagai tempat orang menjual beli, dimana dalam melakukan aktivitas jual beli antara pedagang dan pembeli

masih berpegang pada norma dan kebiasaan yang ada secara turun temurun, seperti bertemunya pedagang dan pembeli dalam aktivitas jual beli dan terjadinya kegiatan tawar menawar sehingga komunikasi sosial sesama pedagang, serta antara pedagang dan pembeli masih bisa dimungkinkan.

Menurut **Moersid, Adhi (1995)**, pasar tradisional dapat memberikan pengaruh yang positif, antara lain :

- ❖ Pasar tradisional menampung pedagang-pedagang kecil golongan ekonomi lemah.
- ❖ Pasar tradisional menumbuhkan berbagai kesempatan kerja sampingan dan pelayanan penunjang.
- ❖ Pasar tradisional memberikan pelayanan kepada semua tingkatan golongan masyarakat dan jadi tempat bertemunya antara golongan tersebut.
- ❖ Pasar tradisional menyediakan berbagai jenis pelayanan dan tingkat fasilitas sehingga pasar jadi tempat berbelanja dan berdagang dari berbagai golongan masyarakat.

#### **2.4.2. Fungsi dan Syarat Pasar**

Secara umum pasar berfungsi sebagai tempat aktivitas transaksi antara penjual dan pembeli, baik barang maupun jasa, (**Dinas Pengelola Pasar Kota Semarang, 2003**). Dalam perkembangannya, fungsi pasar berkembang pula menjadi tempat pameran dan tempat rekreasi dikarenakan

semakin tingginya permintaan konsumen akan nilai-nilai kepuasan, efektivitas, efisiensi waktu dan tenaga.

Menurut Dinas Pengelola Pasar Kota Semarang (2003), dari berbagai pengertian tentang pasar, maka dapat disimpulkan suatu tempat dapat dikatakan sebagai pasar apabila memenuhi persyaratan sebagai berikut :

1. Memiliki tempat yang mampu mewadahi aktivitas pasar yang berupa bangunan permanen.
2. Menyediakan barang dan jasa yang akan diperjualbelikan.
3. Adanya aktivitas jual beli yang dilakukan oleh produsen dan konsumen.
4. Adanya penyelenggara yang mengatur segala kegiatan yang terselenggara di pasar sehari-hari.

#### **2.4.3. Jenis Pasar**

##### **A. Jenis Pasar Berdasarkan Klasifikasi**

Menurut Vagale (1972) dalam Rizon, PU (1997), beberapa pasar memiliki karakteristik masing-masing dan ini membuat satu pasar dengan pasar yang lain berbeda. Perbedaannya disesuaikan menurut :

1. Skala transaksi (*the scale of transaction*)

Mencakup besar kecilnya yang diperjual belikan, yaitu skala besar atau retail.

2. Tipe komoditas (*type of commodity*)

Mencakup komoditas yang diperjual belikan termasuk dalam kategori komoditas campuran atau komoditas tertentu.

3. Sistem pengelolaannya (*administration*)

Mencakup kegiatan pelayanan dalam aktivitas sebuah pasar.

4. Periodisasi (*periodicity*)

- ❖ Harian yaitu pasar yang waktu kegiatan perdagangannya setiap hari.
- ❖ Periodik yaitu pasar yang waktu kegiatan perdagangannya pada waktu-waktu tertentu saja, misalnya pasar Legi, Kliwon, Pon, Wage, pasar Minggu, pasar Jum'at, pasar Senen, dsb.

5. Waktu operasi (*nature of growth*)

Tergantung dari jenis pasarnya, apakah temporal atau pasar permanen.

6. Kepemilikan tanah dan bangunannya (*ownership of land and building*)

Tergantung dari status kepemilikan pasar, apakah Pasar Pemerintah atau Pasar Swasta.

Berdasarkan sifat pelayanan, lokasi, jumlah dan ragam barang, jumlah penjual dan pembeli, serta permanen tidaknya pasar, **Kottler, Philip (1976)**, mengelompokkan pasar menjadi :

1. Pasar Krempyeng, pasar jenis ini bersifat darurat dengan :
  - Materi dagangan bahan kebutuhan pokok.
  - Radius pelayanannya mencapai  $\pm 1.000 \text{ m}^2$ .
  - Melayani 10.000 – 20.000 orang.
2. Pasar Lingkungan, pasar ini memiliki :

- Dagangan berupa bahan kebutuhan primer dan sekunder dengan harga murah.
  - Radius pelayanannya  $\pm 2.000 \text{ m}^2$ .
  - Melayani 10.000 – 20.000 orang.
3. Pasar Wilayah, pasar kelas ini memiliki :
- Materi dagangan bahan kebutuhan primer dan sekunder dengan harga menengah.
  - Radius pelayanannya  $\pm 7.500 \text{ m}^2$ .
  - Melayani 50.000 – 75.000 orang.
4. Pasar Kota, pasar kelas ini memiliki :
- Materi dagangan berupa bahan kebutuhan primer dan sekunder dengan harga menengah serta lux.
  - Radius pelayanannya  $\pm 10.000 \text{ m}^2$ .
  - Melayani 250.000 – 500.000 orang.
5. Pasar Regional, pasar kelas ini memiliki :
- Materi dagangan berupa bahan kebutuhan primer, sekunder serta lux.
  - Radius pelayanannya daerah lokal serta regional (kota sekitar).
  - Melayani 500.000 – 750.000 orang.

Sedangkan menurut **Dinas Pengelola Pasar Kota Semarang (2003)**, jenis pasar dikelompokkan menjadi :

1. Pasar Kota adalah pasar yang ruang lingkup pelayanannya meliputi wilayah kota.



2. Pasar Wilayah adalah pasar yang ruang lingkup pelayanannya meliputi beberapa wilayah lingkungan pemukiman.
3. Pasar Lingkungan adalah pasar yang ruang lingkup pelayanannya meliputi satu lingkungan pemukiman di sekitar pasar.

## **B. Jenis Pasar Berdasarkan Sistem Perdaganganannya**

Berdasarkan jenis dagangannya, menurut **Kottler, Philip (1976)**, pasar terbagi atas :

### **1. Pasar Tradisional, ciri-cirinya :**

- ❖ Komoditas yang dijual adalah barang kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder.
- ❖ Harga dapat ditawar.
- ❖ Waktu jual pedagang tidak teratur.
- ❖ Organisasi pasar terdiri dari pengelola dan persatuan pedagang.
- ❖ Fasilitas/utilitas sederhana, seperti jaringan listrik dan telepon seperlunya, *lavatory*, persampahan, drainase, jaringan air bersih.

### **2. Pasar Modern, ciri-cirinya :**

- ❖ Komoditas beragam dari barang kebutuhan primer sampai tersier.
- ❖ Harga pasti.
- ❖ Waktu jual relatif bersamaan dan teratur.
- ❖ Organisasi pasar bersifat formal, dikelola secara rapi.

- ❖ Fasilitas/utilitas lengkap, seperti jaringan listrik dan telepon, toilet, AC, sistem transportasi vertikal, genset, jaringan air bersih dan gas.

### C. Jenis Pasar Berdasarkan Sistem Pemasarannya

Kompleks pasar biasanya dilengkapi dengan pertokoan. Saat ini ada bermacam-macam jenis pertokoan, seperti supermarket, toko pakaian, toko obat, *showroom* mobil, *departement store* dan sebagainya. Sekilas toko-toko tersebut terlihat sangat beragam dari segi barang dagangan, tetapi bila dilihat dari sudut pemasarannya, menurut Ketchum (1957 : 158) dalam Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA), (2002), terdapat tiga jenis dasar toko, yaitu :

#### 1. Toko Khusus (*specialty shop*)

Toko yang menjual barang dagangan dengan jenis terbatas sesuai dagangannya, seperti toko sepatu, toko pakaian dan *financial agency*.

#### 2. Toko Variatif (*variety store*)

Toko yang menjual bermacam-macam barang dan menawarkan perdagangan yang lebih luas (daripada toko khusus) dalam satu atap. Beberapa toko variatif, termasuk supermarket, bersifat swalayan, sebenarnya toko variatif mirip dengan *departement store* yang dikecilkan, tetapi toko jenis ini masih memiliki fokus perdagangan, misalnya toko grosir, toko alat-alat olahraga, toko *furniture* dan sebagainya.

### 3. *Departement Store*

Toko retail besar yang ekuivalen dengan banyak toko khusus dan toko variatif. Terletak dalam satu atap dan satu manajemen. Toko ini menjadi *focal point* bagi kehidupan sosial sekitarnya dan sering pula menjadi daya tarik turis.

#### D. Jenis Pasar Berdasarkan Jumlah Barang Yang Dijual

Menurut Dewar, David and Watson, Vanessa, (1990), jenis pasar berdasarkan jumlah barang yang dijual terbagi atas :

1. Pasar Eceran, yaitu pasar yang melayani permintaan barang-barang secara eceran (persatuan barang).
2. Pasar Grosir, yaitu pasar yang melayani permintaan barang dalam jumlah besar (sekelompok barang).

#### 2.4.4. Aktivitas dan Pengelolaan Pasar

Berdasarkan pendapat Bechtel and Zeisel (1987) dalam Haryadi, B Setiawan (1995), definisi aktivitas atau kegiatan adalah apa yang dikerjakan oleh seseorang pada jarak waktu tertentu, sehingga aktivitas atau kegiatan tersebut selalu mengandung 4 komponen pokok yaitu :

- ❖ Pelaku (pengguna)
- ❖ Macam kegiatan
- ❖ Tempat

❖ Waktu berlangsungnya aktivitas atau kegiatan

Menurut **Rapoport, Amos (1986)**, secara konseptual sebuah kegiatan dapat terdiri dari sub sub kegiatan yang saling berhubungan, sehingga terbentuk sistem kegiatan (*activity systems*). Berdasarkan pendapat **Chapin and Brail (1969)**, **Porteous (1977)** dalam **Lang, Jon T, (1987)**, mengatakan bahwa sistem aktivitas manusia (*peoples's activity systems*) akan merefleksikan motivasi (*motivations*), sikap (*attitudes*) dan pengetahuan (*knowledge*) dan aturan budayanya (*cultural norms*).

Salah satu hal pokok yang menjadi landasan penelitian studi arsitektur ini adalah aktivitas atau kegiatan manusia (*human activity*) pengguna produk arsitektur itu sendiri, dalam hal ini adalah pasar. Pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi. Pasar merupakan salah satu penggerak dinamika ekonomi. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi tidak lepas dari aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh pengguna pasar.

#### **A. Kegiatan Konsumen**

Kegiatan ini merupakan faktor penting aktivitas sebuah pasar karena hidup matinya pasar sangat tergantung pada animo masyarakat terhadap pasar tersebut. Aktivitas konsumen antara lain adalah parkir, melihat-lihat, memakai jasa, berbelanja/jajan dan bersosialisasi. Menurut **Damsar (1997)**, konsumen dikelompokkan menjadi 3 yakni :

- Pengunjung

Mereka yang datang ke pasar tanpa mempunyai tujuan untuk melakukan pembelian terhadap suatu barang atau jasa, mereka adalah orang-orang yang menghabiskan waktu luangnya di pasar.

- Pembeli/konsumen

Mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli sesuatu barang atau jasa, tetapi tidak mempunyai tujuan ke (di) mana akan membeli.

- Pelanggan

Mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli sesuatu barang atau jasa dan mempunyai tujuan yang pasti ke (di) mana akan membeli. Seseorang menjadi pembeli tetap dari seorang penjual tidak terjadi secara kebetulan, tetapi melalui proses interaksi sosial.

## **B. Kegiatan Pedagang**

Kegiatan yang dilakukan pedagang juga merupakan faktor penting aktivitas sebuah pasar karena ketidakteraturan kegiatan perdagangan akan mempengaruhi kinerja pasar. Dalam aktivitas perdagangan, pedagang adalah orang atau institusi yang memperjual belikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung ataupun tidak langsung. Dalam ekonomi, menurut **Damsar (1997)**, pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukannya sehingga dapat digolongkan menjadi : pedagang distributor/tunggal, pedagang (partai) besar, dan pedagang

eceran. Kegiatan yang dilakukan pedagang meliputi bongkar muat, persiapan/pengepakan, penyortiran serta penyimpanan barang, sosialisasi/transaksi antar pedagang dan transaksi dengan pembeli. Menurut **Damsar** dalam bukunya **Sosiologi Ekonomi (1997)**, pedagang dapat dikelompokkan berdasarkan penggunaan dan pengolahan pendapatan yang diperoleh dari hasil perdagangan, yaitu :

- Pedagang profesional, pedagang yang menggunakan aktivitas perdagangan merupakan pendapatan/sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.
- Pedagang semi profesional, pedagang yang mengakui aktivitas perdagangan untuk memperoleh uang tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.
- Pedagang subsistensi, pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas subsistensi untuk memenuhi ekonomi keluarga.
- Pedagang semu, orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau untuk mengisi waktu luang.

### **C. Kegiatan Jasa**

Menurut **Dinas Pengelola Pasar Kota Semarang (2003)**, kegiatan jasa mendukung kegiatan pembeli dan pedagang, kegiatan ini adalah aktivitas pelayanan yang dilakukan oleh seorang pemberi jasa kepada pihak lain berupa jasa kebersihan, jasa bongkar muat dan angkut barang, serta

jasa transportasi. Kegiatan utama mereka secara umum hanya ada dua macam, yaitu bekerja memberi jasa dan beristirahat/jajan.

#### **D. Kegiatan Pengelolaan**

Kegiatan pengelolaan merupakan kegiatan pelayanan dalam aktivitas sebuah pasar, antara lain berupa pelayanan restribusi/pajak, perawatan bangunan, perawatan kebersihan dan teknis, pelayanan parkir dan keamanan, pelayanan penitipan anak, serta pelayanan kesehatan, (Dinas Pengelola Pasar Kota Semarang, 2003).

Kegiatan pengelolaan pasar biasanya diatur dalam Peraturan Daerah setempat. Lokasi dan susunan kepengurusannya pun harus berdasarkan peraturan tertentu minimal berupa Surat Keputusan Walikota. Dalam hal susunan kepengurusan, bentuk susunan pengelola suatu pasar tergantung dari status kepemilikan pasar yang biasanya terdefinisi dalam dua macam, yaitu :

1. Pasar Pemerintah, yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh Pemerintah Pusat ataupun Pemerintah Daerah.
2. Pasar Swasta, yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh suatu badan hukum yang diizinkan oleh Pemerintah Daerah.

Susunan pengelola pasar swasta merupakan hak otonomi badan hukum yang memilikinya. Sedangkan susunan pengelola pasar pemerintah

walaupun merupakan hak otonomi Pemerintah Daerah setempat tetapi biasanya tidak jauh berbeda antara satu daerah dengan daerah lainnya.

Penataan kepengurusan pasar oleh Pemda Kodya Semarang melalui Perda No. 4 tahun 1989 tentang "Pembentukan Susunan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Pengelolaan Pasar". Struktur organisasi Dinas Pasar Pemda Kodya Semarang diatur dalam pasal 5, yaitu :

1. Susunan Organisasi Dinas Pengelola Pasar terdiri dari :
  - a. Kepala Dinas
  - b. Sub Bagian Tata Usaha
  - c. Seksi Pengaturan Los/Kios Pasar
  - d. Seksi Pendapatan Pasar
  - e. Seksi Kebersihan dan Pemeliharaan Pasar
  - f. Seksi Keamanan dan Ketertiban
2. Sub Bagian Tata Usaha terdiri dari 4 (empat) Urusan dan masing-masing Seksi terdiri dari 3 (tiga) Sub Seksi.
3. Sub Bagian Tata Usaha dan Seksi masing-masing dipimpin oleh seorang Kepala, yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.



## **2.4.5. Utilitas, Parkir dan Sistem Bongkar Muat**

### **A. Utilitas Bangunan**

Menurut instansi pemerintah (DPU Cipta Karya, 1995), keberadaan sistem utilitas yang kinerjanya baik sangat mendukung *performance* sebuah bangunan umum, seperti pasar. Kondisi utilitas yang tidak terawat mengakibatkan ketidaknyamanan pengguna bangunan. Pada sebuah pasar, utilitas yang sangat mempengaruhi kinerja bangunan adalah jaringan pembuangan sampah dan air kotor. Sistem utilitas minimal yang harus terdapat pada bangunan pasar, antara lain berupa jaringan listrik, jaringan air bersih, sistem drainase dan sistem pembuangan sampah, sistem anti petir bila bangunan cukup tinggi dan sistem pemadam kebakaran.

### **B. Parkir**

Luas tempat parkir tergantung pada perencanaan kompleks itu sendiri, disamping jumlah pemilik kendaraan. Atau dapat juga dipakai kurang lebih 3% dari luas daerah yang dilayani. Lokasi parkir di tempat aktivitas harus memenuhi beberapa persyaratan, antara lain :

- ❖ Merupakan pelengkapan pusat-pusat aktivitas.
- ❖ Sedapatnya sedekat mungkin dengan pusat aktivitas yang dilayani.
- ❖ Mudah dicapai dari/ke pusat aktivitas tanpa gangguan/bahaya lalu lintas.
- ❖ Harus dicapai dari jalan.

Luas tempat parkir selalu berbeda-beda dari daerah ke daerah, standar menurut **Pedoman Perencanaan Lingkungan Kota (1983 : 19)** yang dipakai di DKI ialah :

- ❖ Untuk area perbelanjaan, setiap 60 m<sup>2</sup> lantai harus menyediakan lapangan parkir 1 (satu) mobil.
- ❖ Untuk perkantoran, setiap 100 m<sup>2</sup> lantai harus menyediakan lapangan untuk 1 (satu) mobil.

Standar yang telah digunakan instansi pemerintah (**DPU Cipta Karya, 1995**) untuk penataan bangunan-bangunan komersial di Indonesia, antara lain :

**TABEL II.1.**  
**Standar Kebutuhan Parkir**

No.	Fasilitas	Kebutuhan Parkir (mobil)
1.	Toko kecil (makanan dan kelontong)	1/40 m <sup>2</sup> netto
2.	Toko besar (grosir, kelontong)	1/80 m <sup>2</sup> netto
3.	Pasar wilayah	1/100 m <sup>2</sup> netto
4.	Pasar kota	1/200 m <sup>2</sup> netto
5.	Pusat perbelanjaan/pasar swalayan	1/40 m <sup>2</sup> netto
6.	Gudang	1/135 m <sup>2</sup> netto

(Sumber : DPU Cipta Karya, 1995)

Ket :

1 (satu) unit mobil sama dengan 2 unit sepeda motor.

luas netto (luas seluruh komplek pasar dikurangi luas kawasan sarana).

Secara umum fasilitas parkir pada kompleks pasar terbagi menjadi tiga, yaitu parkir pengunjung, parkir pengelola, pedagang dan pelayanan/bongkar muat, serta parkir kendaraan umum. Parkir pengunjung dan kendaraan umum diutamakan memiliki aksesibilitas mudah dari jalan raya dan dekat dari area aktivitas pasar. Sebuah pasar yang terletak di jalan arteri sering menimbulkan kemacetan yang mengganggu semua pengguna jalan tersebut.

### **C. Sistem Bongkar Muat**

Menurut Dinas Tata Bangunan Pemkot Semarang (2003) Bagi sebuah pasar, sistem bongkar muat mutlak diperlukan karena menyangkut aksesibilitas barang dari tangan tengkulak ke pedagang. Oleh karena itu, harus ada tempat tersendiri untuk aktivitas bongkar muat tergantung jenis pasar dan organisasi pasar, dapat berupa sistem terpusat, menyebar dan semacamnya.

**TABEL II.2.**  
**Penyediaan Tempat Bongkar Muat**  
**Menurut Dinas Tata Bangunan Pemkot Semarang**

Jenis bangunan	Luas bangunan (m <sup>2</sup> )	Kebutuhan Parkir (mobil)
Toko eceran, toko besar, dealer dan persewaan, bank dan lembaga keuangan, rumah makan, gudang, pasar kota/wilayah/lingkungan, bangunan industri.	200 – 1.000	1
	1.001 – 2.000	2
	2.001 – 4.000	3
	4.001 – 8.000	4
	setiap penambahan 4.000	1
Bangunan umum, hotel, rumah sakit atau lembaga sejenis.	500 – 1.000	1
	1.001 – 5.000	2
	5.001 – 10.000	3
	setiap penambahan 10.000	1
Perkantoran atau bangunan kantor.	2.000 – 5.000	1
	5.001 – 10.000	2
	setiap penambahan 10.000	1

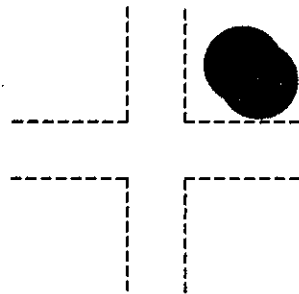
(Sumber :Dinas Tata Bangunan Pemkot Semarang, 2003)

## 2.5. Perkembangan Pasar Tradisional

**GAMBAR 2.9**  
**Perkembangan Bentuk Pasar Tradisional**

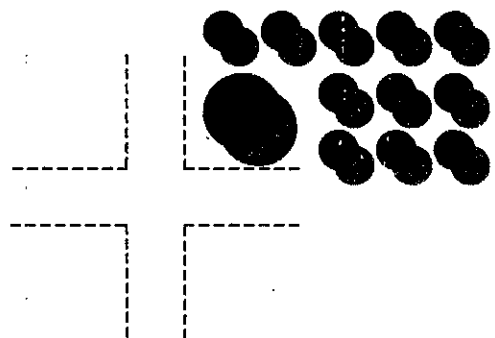
**1. Pasar Awal**

Pasar Diruang Terbuka  
Dibawah Pohon



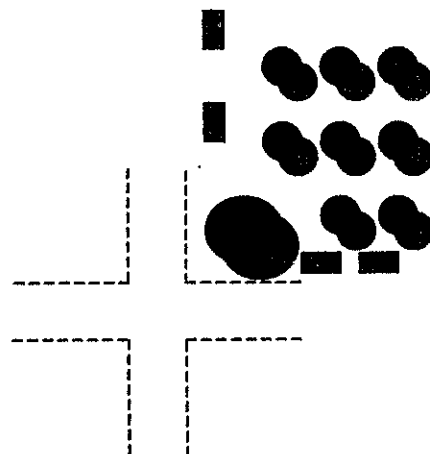
**2. Dibawah**

Pohon-pohon



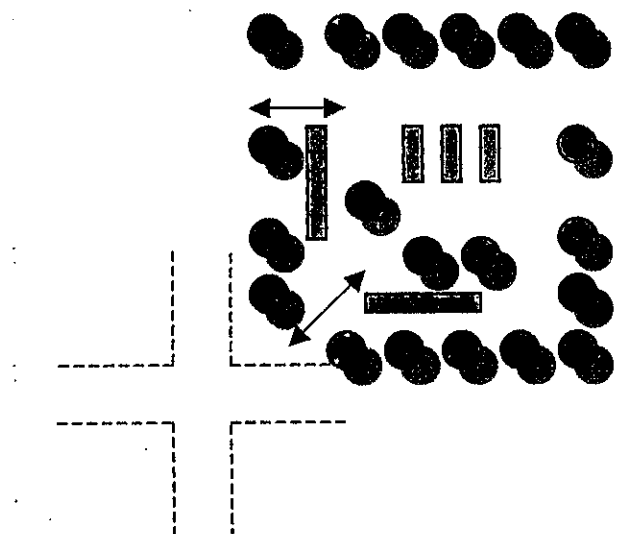
**3. Dibawah**

Pohon-pohon  
Mulai Ada Toko  
Dan Warung Permanen



**4. Awal Pasar Baru**

Los-los, Toko Kelontong,  
Warung (sudah mulai  
lengkap)



Sumber : Moersid, Adhi (1995)

Tukar menukar barang atau barter oleh sekelompok manusia untuk memenuhi kebutuhan pada mulanya dilakukan di tempat-tempat strategis, seperti lapangan terbuka, persimpangan jalan dan lain sebagainya. Kegiatan tersebut dilaksanakan secara langsung antara penjual dan pembeli. Ketika uang mulai dikenal sebagai alat penukar yang baru, perdagangan berkembang dan timbullah perantara "*middleman*" yang biasa disebut "*merchand*". Para pedagang inilah yang memindahkan barang "*merchandise*" dari suatu tempat ke tempat yang lain (dari produsen ke konsumen), membuat jaringan perdagangan "*comemerce*", mendirikan tempat-tempat perdagangan sehingga muncullah pasar tradisional. Yang pada awalnya berupa tipe "pasar krempyeng" dimana penjual dan pembeli bebas keluar masuk, namun kemudian diperbaharui menjadi tipe "pasar los" atau "dasaran", masih terbuka tetapi penjual diberi dasaran beratap tanpa dinding. Untuk menyimpan barang jualannya, "los-los" itu ditutup dinding. Jadi setengah gudang dan setengah warung/toko/kios/kedai/bédak.

Tempat-tempat perdagangan yang menempati lokasi strategis kota ini biasanya berkembang meluas ke daerah-daerah sekitar dan biasanya fungsi-fungsi yang ada berkembang dengan fungsi-fungsi yang lain serta saling melengkapi, sehingga tempat perdagangan berkembang menjadi suatu kawasan perdagangan.

Pasar tradisional merupakan pasar yang meliputi seluruh kelompok los-los bangunannya beserta lapangan tempat para pedagang biasanya berkelompok untuk mendasarkan dan menjual barang dagangannya.

**Wiryomartono (1995 : 11)** dalam **Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA), (2002)**, mengungkapkan bahwa sejak awal perkembangannya, sudah banyak ditemukan variasi pasar di Indonesia (khususnya Pulau Jawa). Peken atau pasar di desa, misalnya terselenggara pada hari tertentu secara bergiliran dalam kalangan lima desa yang terhimpun dalam struktur Mancapat. Ikatan Mancapat desa-desa di Jawa ini merupakan struktur yang menjadikan desa penyelenggara, sebagai puser terhadap empat desa lainnya. Desa-desa lain akan menyelenggarakan hari pasaran sedemikian rupa sehingga tidak terjadi tumpang tindih kegiatan.

Berbeda dengan *peken* atau pasar desa, *peken kuta* di Jawa memiliki kegiatan rutin sebagai tempat aktivitas sosial ekonomi masyarakat. *Peken* dalam kehidupan urban Jawa menjadi titik pertemuan masyarakat sekitar untuk menukar, menjualbelikan produk pertanian dan industri rumah tangga. Kesempatan bertemu pada hari pasaran ini menjadi tujuan yang lebih penting daripada kegiatan ekonomi semata.

Jadi konsep pasar atau bazar adalah area perdagangan publik (*public sphere*) yang berorientasi ke luar. Menurut **Akhudiat**, seorang budayawan mengatakan bahwa *Public Sphere* di samping bagian dari wacana pencarian dan penciptaan demokratisasi, ruang publik berupa pasar

atau bazar juga mempunyai nilai-nilai tradisional, misalnya, "tuna sathak bathi sanak " (untung sedikit tapi banyak kenalan atau persaudaraan baru), lebih mengutamakan hubungan manusianya, antarpribadi, ketimbang bisnisnya : keseimbangan antara *profit – taking* dengan silaturahmi.

Pasar-pasar di Jawa merupakan suatu tempat yang sekaligus berfungsi sosial. Antara penjual dan pembeli berinteraksi secara langsung sehingga terbentuk suasana yang riuh rendah. Spirit pasar tradisional yang telah terbentuk merupakan potensi untuk dikembangkan dalam perdagangan modern.

**Wiryomartono (1995)** dalam **Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA), (2002)**, kemudian menyimpulkan bahwa pemukiman urban dibentuk oleh struktur-struktur yang tetap, yaitu pusat perdagangan (pasar), pusat pemerintahan dan pusat peribadatan. Perkembangan selanjutnya, dengan dibuatnya jaringan infrastruktur modern, maka pasar harian dapat dijangkau dengan kendaraan bermotor dan memungkinkan desentralisasi pusat perdagangan, terlebih ketika *real estate* sejak tahun 1970-an mulai turut membangun pemukiman-pemukiman baru, terjadilah desantralisasi pusat perbelanjaan dalam bentuk *supermarket*. Proses desentralisasi pasar yang tadinya merupakan pusat kehidupan masyarakat ini lambat laun membuat kota terkotak-kotak secara sosial.

Besarnya minat konsumen di perkotaan untuk berbelanja di supermarket daripada ke pasar tradisional (*wet market*) merupakan



tantangan besar bagi pasar tradisional. Pasar tradisional harus mulai melakukan inovasi dan revolusi, terutama dalam memenuhi keinginan konsumen dalam berbelanja.

## **2.6. Tinjauan Pemanfaatan dan Penggunaan Ruang Pasar**

Menurut Damsar (1997) pemanfaatan dan penggunaan ruang bagi aktor ekonomi dalam hal ini adalah orang-orang yang terlibat dalam aktivitas jual beli di pasar terutama ditujukan kepada fungsi ekonomi, disamping itu juga dapat diselimuti oleh kombinasi dengan aspek lain seperti politik, sosial dan budaya.

Upaya penggunaan dan pemanfaatan ruang sedemikian rupa sehingga bagaimana menjadikan ruang sebagai tempat yang strategis atau bagaimana memperoleh ruang yang strategis sehingga posisi yang ditempati menghasilkan sesuatu yang menguntungkan. Strategi yang pertama dimaksudkan untuk memperindah dan mempercantik ruang, sehingga menarik orang untuk memperhatikan atau sekedar melirik tempat tersebut. Strategi kedua ditujukan untuk membuat orang berlama-lama dan kembali lagi pada waktu yang lain ke tempat yang sama, (Damsar, 1997). Karena pada dasarnya pasar merupakan suatu tempat yang dijelajahi pengunjung dengan berjalan kaki. Pengunjung yang berjalan kaki akan tertarik mendatangi suatu tempat yang memiliki daya tarik.

Menurut **Nelson (1958)** karakteristik pemanfaatan dan penggunaan ruang untuk usaha dari aspek konsumen (pembeli) agar transaksi perdagangan merupakan hasil pilihan pembeli terhadap faktor-faktor daya tarik dan penghambat dari fasilitas perdagangan yang ada, dimana elemen dari faktor-faktor itu adalah :

- ❖ Ketersediaan barang dagangan.
- ❖ Keuntungan harga unit retail, standar, harga kompetitif, dampak promosi, penjualan khusus.
- ❖ Kenyamanan tempat penjualan.
- ❖ Kemudahan : transportasi umum (beaya, waktu frekwensi), transportasi pribadi (parkir, aksesibilitas, kondisi lalu lintas, jarak parkir).

Lebih lanjut **Nelson (1958)** mengatakan bahwa prinsip-prinsip yang perlu diperhatikan dalam merencanakan lokasi perdagangan menyangkut tanggapan konsumen yaitu :

- ❖ Konsumen cenderung mengunjungi pusat perdagangan yang dominan.
- ❖ Konsumen tidak akan melewati suatu pusat perdagangan untuk menuju pusat perdagangan lain yang mempunyai fasilitas yang sama.
- ❖ Konsumen akan mengunjungi pusat perdagangan terdekat dengan fasilitas yang sama.
- ❖ Konsumen cenderung mengikuti pola sirkulasi yang sudah umum.

## 2.7. Teori Operasional

Berdasarkan teori utama (grand theory) dari **Weismann, Gerald D (1981)**, sebagai titik tolak dan beberapa teori lain sebagai penunjang yang telah dibahas diatas, disusun teori operasional untuk melihat fenomena yang terjadi terhadap pemanfaatan ruang di pasar tradisional Bulu Semarang, adalah sebagai berikut :

1. Bahwa pedagang sebagai individu maupun organisasi, dalam melakukan aktivitasnya di ruang yang dipilihnya karena memiliki tuntutan atribut yang sesuai.
2. Bahwa atribut yang muncul dari hasil interaksi antara pedagang dengan ruang yang dimanfaatkannya, mempunyai kualitas yang berbeda-beda tergantung dari lingkungan dan kondisi fisik ruang. Atribut tersebut antara lain :
  - a. Kenyamanan (comfort)
  - b. Sosialitas (sociality)
  - c. Legibilitas (legibility)
  - d. Aksesibilitas (accessibility)
  - e. Adaptabilitas (adaptability)
  - f. Rangsangan inderawi (sensory stimulation)
  - g. Aktivitas (activity)
  - h. Kontrol (control)

- i. Makna (meaning)
  - j. Kesusakan (crowdedness)
  - k. Privasi (privacy)
  - l. Visibilitas (visibility)
3. Bahwa ruang yang tidak direncanakan tetapi muncul ruang karena perilaku pedagang akibat dari tuntutan kebutuhan, karakteristik lingkungan fisik dan lingkungan administrasi yang merupakan bagian dari aktivitas yang berkaitan dengan kegiatan pasar.

**TABEL II.3**  
**Rangkuman Teori**

No	Teori Ruang	Sumber	Variabel	Idikator	Variabel Penulis
1	Ruang berarti rongga atau tempat yang terbatas atau terlingkung oleh bidang.	Kamus Besar Bahasa Indonesia (1989; 755)	Ruang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rongga yang dibatasi oleh bidang.</li> <li>- Tempat yang mempunyai batas.</li> </ul>	Ruang yang dibatasi oleh sekat yang dipergunakan pedagang untuk berjualan
2	Ruang bukanlah sesuatu yang obyektif sebagai hasil pikiran dan perasaan manusia.	Imanuel Kant dalam Edward, Paul (1972; 308)	Ruang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruang real</li> </ul>	Ruang pasar merupakan tempat sekumpulan orang untuk melakukan aktivitas berjualan
3	Ruang adalah suatu kerangka atau wadah di mana obyek dan kejadian tertentu berada.	Plato dalam Hakim, Rustam (1991; 35)	Ruang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kerangka atau wadah</li> <li>- Kejadian</li> </ul>	Ruang merupakan tempat besar yang terdiri dari berbagai bagian yang terkait sesuai dengan fungsi ekonomi dan sosial
4	Tiga pendekatan mengenai ruang, yaitu : ❖ <i>Ecological approach</i> (pendekatan ekologis).	Friedman dan Weaver (1979), Harvey (1973)	Ruang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruang sesuai fungsi ekologi</li> <li>- Ruang sesuai</li> </ul>	Ada unsur perilaku manusia dan kebutuhannya

	❖ <i>Functional/economical approach</i> (pendekatan ekonomi dan fungsional). ❖ <i>Socio – political approach</i> (pendekatan sosial – politik).	dalam Haryadi, Setiawan B (1995)		fungsi dan kegunaan ekonomis - Ruang untuk melakukan aktivitas sosial dan politik	terhadap tata ruang
5	Pendekatan mengenai ruang akan terasa lebih lengkap apabila diikuti sertakan unsur manusia sebagai <i>human agency</i> yang mempunyai kehendak dan kemauan	Flanagan (1992)	Ruang	- Ruang dan manusia	Tata ruang perlu melibatkan unsur manusia
6	Hubungan manusia dengan ruang lingkungan dapat dibagi 2, yaitu : ❖ Hubungan Dimensial ( <i>Antropometrics</i> ) ❖ Hubungan Psikologi dan Emosional ( <i>Proxemics</i> )	S. V. Szokolay (1980; 15)	Ruang	- Dimensi - Pergerakan - Ukuran kebutuhan ruang	Ruang terbentuk karena ada hubungan dimensional dan psikologis dengan manusia
7	Salah satu perasaan kita yang penting mengenai ruang ialah perasaan teritorial. Perasaan ini memenuhi kebutuhan dasar akan identitas diri, kenyamanan dan rasa aman pada pribadi manusia.	Edward T. Hall (Forest Wilson; Struktur Essensi Arsitektur; 15) dalam Hakim, Rustam (1991; 36)	Ruang	- Ruang - Identitas diri manusia - Kenyamanan - Keamanan	Ruang terbentuk karena kebutuhan identitas diri, menimbulkan rasa aman dan nyaman.

No	Teori Psikologi Ruang Dan Hubungan Antara Lingkungan Dengan Perilaku Manusia	Sumber	Variabel	Indikator	Variabel Penulis
1	Psikologis ruang timbul akibat dari kesadaran kita mengenai adanya ruang	Wiranto (1997)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Psikologi ruang</li> <li>- Hubungan lingkungan dengan perilaku manusia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kasadaran mengenai ruang</li> </ul>	Keberadaan ruang terbentuk karena adanya kesadaran adanya ruang.
2	Pentingnya proses-proses psikologis dalam memediasi hubungan antara manusia dan lingkungan, yang dikenal dengan istilah <i>behavior setting</i> yang dapat diartikan sebagai suatu interaksi antara suatu kegiatan dengan tempat yang spesifik.	Barker, Roger (1968)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Psikologi ruang</li> <li>- Hubungan lingkungan dengan perilaku manusia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interaksi</li> <li>- Kegiatan</li> <li>- Tempat</li> </ul>	Pengaruh psikologis manusia dan lingkungan dapat menimbulkan ruang.
3	Hubungan antara perilaku manusia dan ruang : <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Perilaku muncul karena adanya rangsangan dari dalam organisme itu sendiri</li> <li>❖ Perilaku muncul karena adanya rangsangan dari luar organisme</li> <li>❖ Perilaku muncul karena adanya adaptasi</li> <li>❖ Perilaku muncul karena adanya</li> </ul>	Bell, Paul A (1996 ; 116-146)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Psikologi ruang</li> <li>- Hubungan lingkungan dengan perilaku manusia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perilaku</li> <li>- Ruang</li> </ul>	Perilaku antara hubungan manusia dan ruang muncul karena adanya stimulus perilaku internal dan eksternal.

	keadaan yang memaksa dari lingkungan ❖ Perilaku muncul karena adanya tekanan-tekanan (peraturan, norma) ❖ Perilaku muncul karena adanya pengaruh dari ekologi psikologi				
No	Teori Perilaku Sebagai Suatu Pendekatan	Sumber	Variabel	Indikator	Variabel Penulis
1	Aspek-aspek norma, kultur, psikologi masyarakat yang berbeda akan menghasilkan konsep dan wujud ruang yang berbeda	Rapoport, Amos (1969)	Perilaku	<ul style="list-style-type: none"><li>- Norma</li><li>- Kultur</li><li>- Psikologi masyarakat</li></ul>	Lingkungan eksternal masyarakat, akan menimbulkan ruang.
2	Model sistem lingkungan dan perilaku : ❖ Institusi ❖ Seting fisik ❖ Individu ❖ Fenomena perilaku berupa atribut	Weismann, Gerald D (1981)	Perilaku	<ul style="list-style-type: none"><li>- Institusi</li><li>- Seting fisik</li><li>- Individu</li><li>- Fenomena</li></ul>	Lingkungan dan perilaku, mempunyai korelasi yang signifikan terhadap penataan ruang.
3	Atribut kenyamanan (comfort) : keadaan lingkungan yang dapat diterima oleh panca indra dan antropometrik (menyangkut proporsi, dimensi dan karakteristik fisiologis) dan mampu memfasilitasi kegiatan untuk mendapatkan kinerja yang baik.	Weismann, Gerald D (1981)	Perilaku	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pancaindra</li><li>- Antropometrik</li><li>- Kemampuan</li></ul>	Kenyamanan penggunaan ruang mengakibatkan perubahan ruang.



4	Sosialitas (sociality) : kemampuan seseorang dalam melakukan hubungan sosial dengan sesamanya pada suatu setting.	Weismann, Gerald D (1981)	Perilaku	- Hubungan sosial	Kemampuan sosial adalah kemampuan berinteraksi.
5	Legibilitas (legibility) : kemampuan suatu lingkungan menciptakan kemudahan bagi seseorang untuk mengenal dan memahami elemen-elemen kunci.	Weismann, Gerald D (1981)	Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hukum yang berlaku</li> <li>- Kesepakatan</li> </ul>	Aspek legabilitas mendorong untuk memahami dan mengenal elemen kunci ruang.
6	Aksesibilitas (accessibility) : kemudahan bergerak melalui dan menggunakan lingkungan.	Weismann, Gerald D (1981)	Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sirkulasi/pencapaian</li> <li>- Jarak</li> </ul>	Aksesibilitas adalah kemudahan dalam menggunakan lingkungan.
7	Sistem pencapaian ruang : <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Pencapaian frontal</li> <li>❖ Pencapaian kesamping</li> <li>❖ Pencapaian memutar</li> </ul>	Hakim, Rustam (1991; 49)	Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sirkulasi/pencapaian</li> <li>- Jarak</li> <li>- Jalur frontal</li> <li>- Jalur kesamping</li> <li>- Jalur memutar</li> </ul>	Pencapaian antar ruang dicapai melalui pencapaian frontal, kesamping dan memutar.
8	Adaptabilitas (adaptability) : kemampuan lingkungan untuk dapat menampung perilaku yang berbeda dan belum ada sebelumnya.	Weismann, Gerald D (1981)	Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sebelum adaptasi</li> <li>- Sesudah adaptasi</li> </ul>	Perilaku sebelum dan sesudah terjadinya adaptasi mempengaruhi ruang.

9	Rangsangan inderawi (sensory stimulation) : kualitas dan intensitas rangsangan sebagai pengalaman yang dirasakan oleh indera manusia.	Weismann, Gerald D (1981)	Perilaku	- Sensor inderawi - Intensitas stimulus	Rangsangan merupakan struktur yang dirasakan oleh indera manusia.
10	Aktivitas (activity) : perilaku di dalam suatu lingkungan yang terlihat intensif.	Weismann, Gerald D (1981)	Perilaku	- Aktivitas	Aktivitas merupakan perilaku didalam suatu lingkungan.
11	Aktivitas (activity) : sesuatu yang dikerjakan oleh seseorang pada jarak waktu tertentu.	Bechtel and Zeisel (1987) dalam Haryadi, Setiawan B. (1995)	Perilaku	- Kegiatan - Lingkungan	Aktivitas merupakan sesuatu yang dikerjakan pada jarak waktu tertentu.
12	Kontrol (control) : kondisi suatu lingkungan untuk mewujudkan personalitas dan menciptakan teritori suatu ruang.	Weismann, Gerald D (1981)	Perilaku	- Kegiatan - Lingkungan	Kontrol lingkungan mengambarkan kebutuhan ruang dalam mewujudkan personalitas dan menciptakan teritori.
13	Makna (meaning) : kemampuan suatu lingkungan menyajikan makna-makna individual atau kebudayaan bagi manusia.	Weismann, Gerald D (1981)	Perilaku	- Lingkungan - Makna	Lingkungan tertentu dapat memberikan makna.

14	Kesesakan (crowdedness) : persepsi terhadap kepadatan dalam artian jumlah manusia dan kesesakan adalah persepsi yang bersifat subyektif.	Holahan (1982) dalam Sarwono, Sarlito Wirawan (1992)	Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kesesakan</li> <li>- Subyektif</li> </ul>	Kepadatan merupakan quantity dan kesesakan merupakan quality persepsi.
15	Kesesakan (crowdedness) : perasaan terhadap ke padatan di dalam suatu lingkungan.	Weismann, Gerald D (1981)	Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kepadatan</li> <li>- Kesesakan</li> </ul>	Kesesakan timbul karena berada dilingkungan padat.
16	Kesesakan (crowdedness) : kesesakan yang terjadi karena privasi yang dicapai atau yang didapatkan lebih kecil dari pada privasi yang diinginkan.	Altman (1975)	Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kesenjangan persepsi</li> <li>- Kesesakan</li> </ul>	Kesesakan merupakan kurangnya privasi yang dirasakan pada ruang.
17	Privasi (privacy) : kemampuan untuk memonitor informasi (secara visual/suara). yang masuk atau keluar dari suatu lingkungan.	Weismann, Gerald D (1981)	Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suara masuk</li> <li>- Suara keluar</li> </ul>	Kemampuan menyerap informasi dari suatu lingkungan adalah privasi.
18	Privasi (privacy) : kemampuan privasi sebagai kemampuan seseorang atau sekelompok orang untuk mengendalikan interaksi mereka dengan orang lain, untuk mengontrol jenis-jenis interaksi dan untuk memperoleh kondisi interaksi yang diinginkan.	Rapoport, Amos (1977)	Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengendalikan interaksi</li> <li>- Visual</li> <li>- Audio</li> </ul>	Privasi adalah kemampuan dapat mengontrol lingkungan.

19	Privasi (privacy) : keinginan atau kecenderungan pada diri seseorang untuk tidak diganggu dalam kesendiriannya.	Sarwono, Sarlito Wirawan (1992)	Perilaku	- Sendiri - Privasi	Privasi adalah hak kesendiriaan.
20	Visibilitas (visibility) : kemampuan dapat melihat dengan jelas tanpa terhalang benda (secara visual) pada obyek yang dituju dan pada jarak tertentu.	Weismann, Gerald D (1981)	Perilaku	- Jarak pandang - Akses	Visibilitas adalah jarak pandang.
21	Sistem seting atau sistem tempat atau ruang sebagai rangkaian unsur-unsur fisik atau spasial yang mempunyai hubungan tertentu dan terkait hingga dapat dipakai untuk suatu kegiatan tertentu.	Rapoport, Amos (1986)	Perilaku	- Seting - Ruang - Aktivitas	Sistem seting adalah rangkaian unsur fisik yang mempunyai hubungan dalam suatu kegiatan tertentu.
<b>No</b>	<b>Teori Pasar dan Aspek-aspeknya</b>	<b>Sumber</b>	<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Variabel Penulis</b>
1	Pasar sebagai hubungan keseluruhan dari permintaan dan penawaran terhadap barang dan jasa, dan tidak mengacu pada tempat saja, pasar dapat terjadi melalui telepon, surat kabar, surat-menyurat dan sebagainya.	Ensiklopedia Indonesia	Pemilihan lokasi oleh pedagang dalam menentukan tempat penjualan.	- Kedekatan dengan konsumen	- Fungsi pasar tradisional bagi konsumen. - Keuntungan ekonomi bagi pedagang. - Keberadaan pasar tradisional bagi lingkungan sekitar. - Intervensi

					pengelola dalam penataan pasar.
2	<p>Pasar yang dalam bahasa Inggris disebut "Market", dari bahasa latin "Mercatus" mempunyai arti secara umum sebagai berikut :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Tempat berkumpul masyarakat untuk menjual dan membeli sesuatu, terutama yang berhubungan dengan kebutuhan sehari-hari.</li> <li>❖ Suatu ruang terbuka atau bangunan, dimana terdapat barang-barang pajangan untuk dijual.</li> <li>❖ Suatu kawasan dimana barang-barang dapat dengan mudah didapatkan atau dijual.</li> </ul>	Webster's (1983 : 324)	Pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tempat</li> <li>- Barang dijual</li> <li>- Barang dibeli</li> </ul>	Tempat atau ruang tempat bertemunya penjual dan pembeli
3	<p>Pasar tradisional dapat memberikan pengaruh yang positif, antara lain :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Pasar tradisional menampung pedagang-pedagang kecil golongan ekonomi lemah.</li> <li>❖ Pasar tradisional menumbuhkan berbagai kesempatan kerja sampingan dan pelayanan penunjang.</li> <li>❖ Pasar tradisional memberikan pelayanan kepada semua tingkatan golongan masyarakat dan jadi tempat</li> </ul>	Moersid, Adhi (1995)	Pasar Tradisional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karakteristik pedagang</li> <li>- Tingkat pelayanan</li> </ul>	Tempat atau ruang tempat berjual beli dengan berbagai macam pilihan barang, pelayanan dan fasilitas

	bertemu antara golongan tersebut. ❖ Pasar tradisional menyediakan berbagai jenis pelayanan dan tingkat fasilitas sehingga pasar jadi tempat berbelanja dan berdagang dari berbagai golongan masyarakat.				
4	Secara umum pasar berfungsi sebagai tempat aktivitas transaksi antara penjual dan pembeli, baik barang maupun jasa.	Dinas Pengelola Pasar Kota Semarang (2003)	Pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transaksi</li> <li>- Penjual dan pembeli</li> </ul>	Tempat transaksi penjual dan pembeli
5	<p>Suatu tempat dapat dikatakan sebagai pasar apabila memenuhi persyaratan sebagai berikut :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Memiliki tempat yang mampu mawadahi aktivitas pasar yang berupa bangunan permanen.</li> <li>❖ Menyediakan barang dan jasa yang akan diperjualbelikan.</li> <li>❖ Adanya aktivitas jual beli yang dilakukan oleh produsen dan konsumen.</li> <li>❖ Adanya penyelenggara yang mengatur segala kegiatan yang terselenggara di pasar sehari-hari.</li> </ul>	Dinas Pengelola Pasar Kota Semarang (2003)	Pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bangunan real</li> <li>- Barang jasa</li> <li>- Jual beli</li> <li>- Pengelolal pasar</li> </ul>	Tempat permanen yang menyediakan barang dan jasa untuk diperjualbelikan dengan intervensi pengelola
6	Pasar memiliki karakteristik masing-masing dan ini membuat satu pasar dengan pasar yang lain berbeda. Perbedaan	Vagale (1972) dalam Rizon PU (1997)	Karakteristik pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Skala transaksi</li> <li>- Tipe komoditas</li> <li>- Sistem</li> </ul>	Tempat bertemunya pembeli dan

	<p>diseuaikan menurut :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Skala transaksi (<i>the scale of transaction</i>)</li> <li>❖ Tipe komoditas (<i>type of commodity</i>)</li> <li>❖ Sistem pengelolaannya (<i>administration</i>)</li> <li>❖ Periodisasi (<i>periodicity</i>)</li> <li>❖ Waktu operasi (<i>nature of growth</i>)</li> <li>❖ Kepemilikan tanah dan bangunannya (<i>ownership of land and building</i>)</li> </ul>			<p>pengelolaan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Periodisasi</li> <li>- Waktu operasi</li> <li>- Kepemilikan tanah dan bangunan</li> </ul>	<p>penjual dengan karakteristik tertentu pula yang membedakan dengan pasar lain.</p>
7	<p>Berdasarkan sifat pelayanan, lokasi, jumlah dan ragam barang, jumlah penjual dan pembeli, serta permanen tidaknya pasar, maka pasar dikelompokkan menjadi :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Pasar Krempyeng.</li> <li>❖ Pasar Lingkungan.</li> <li>❖ Pasar Wilayah.</li> <li>❖ Pasar Kota.</li> <li>❖ Pasar Regional.</li> </ul>	Kottler, Philip (1976)	Pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sifat pelayanan</li> <li>- Lokasi</li> <li>- Jumlah dan ragam barang</li> <li>- Kepemilikan bangunan</li> </ul>	<p>Pasar terjadi karena faktor pelayanan, lokasi, jumlah dan ragam barang</p>
8	<p>Jenis pasar dikelompokkan menjadi :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Pasar Kota</li> <li>❖ Pasar Wilayah</li> <li>❖ Pasar Lingkungan</li> </ul>	Dinas Pengelola Pasar Kota Semarang (2003)	Pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembagian pasar berdasarkan wilayah</li> </ul>	<p>Berdasarkan ruang lingkup daerahnya, pasar dapat dikelompokkan menjadi pasar kota, pasar wilayah, pasar lingkungan</p>
9	Pasar terbagi atas :	Kottler, Philip	Pasar	- Pembagian	Pasar dapat terjadi

	❖ Pasar Tradisional. ❖ Pasar Modern.	(1976)		pasar berdasarkan terjadinya	secara tradisional (turun temurun) maupun langsung.
10	Pasar berdasarkan jenis pemasarannya, terdapat tiga jenis dasar toko, yaitu : ❖ Toko Khusus ( <i>specialty shop</i> ) ❖ Toko Variatif ( <i>variety store</i> ) ❖ <i>Department Store</i>	Ketchum (1957 : 158) dalam Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA), (2002)	Pasar	- Jenis pemasarannya	Pasar berdasarkan jenis pemasarannya
11	Jenis pasar berdasarkan jumlah barang yang dijual terbagi atas : ❖ Pasar Eceran. ❖ Pasar Grosir.	Dewar, David and Watson, Vanessa, (1990)	Pasar	- Pasar eceran - Pasar grosir	Pasar tempat bertemunya agen, grosir, pengecer, pembeli
12	Definisi aktivitas atau kegiatan adalah apa yang dikerjakan oleh seseorang pada jarak waktu tertentu, sehingga aktivitas atau kegiatan tersebut selalu mengandung 4 komponen pokok yaitu : pelaku (pengguna), macam kegiatan, tempat, waktu berlangsungnya aktivitas atau kegiatan.	Bechtel and Zeisel (1987) dalam Haryadi, B Setiawan (1995)	Aktivitas	- Pelaku - Macam - Tempat - Waktu	Aktivitas adalah kegiatan yang dilakukan seseorang di suatu tempat dan waktu tertentu
13	Secara konseptual sebuah kegiatan dapat	Rapoport, Amos	Kegiatan	- Sub kegiatan	Kegiatan terdiri dari



	terdiri dari sub sub kegiatan yang saling berhubungan, sehingga terbentuk sistem kegiatan ( <i>activity systems</i> ).	(1986)		tertentu	beberapa sub kegiatan
14	Sistem aktivitas manusia ( <i>peoples's activity systems</i> ) akan merefleksikan motivasi ( <i>motivations</i> ), sikap ( <i>attitudes</i> ) dan pengetahuan ( <i>knowledge</i> ) dan aturan budayanya ( <i>cultural norms</i> ).	Chapin and Brail (1969), Porteous (1977) dalam Lang, Jon T, (1987)	Aktivitas manusia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Motivasi</li> <li>- Sikap</li> <li>- Pengetahuan</li> <li>- Budaya</li> </ul>	Aktivitas manusia didorong oleh motivasi, sikap, pengetahuan dan budaya
15	Konsumen dikelompokkan menjadi 3 bagian yakni : <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Pengunjung</li> <li>❖ Pembeli</li> <li>❖ Pelanggan</li> </ul>	Damsar (1997)	Konsumen pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengunjung pasar</li> <li>- Pembeli pasar</li> <li>- Pelanggan pasar</li> </ul>	Pasar merupakan tempat bertemunya pengunjung pasar, pembeli dan pelanggan
16	Pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukannya sehingga dapat digolongkan menjadi : pedagang distributor/tunggal, pedagang (partai) besar, dan pedagang eceran.	Damsar (1997)	Pedagang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Panjang tidaknya jalur distribusi</li> </ul>	Di pasar terdapat beberapa jenis pedagang berdasarkan jalur distribusinya
17	Pedagang dapat dikelompokkan berdasarkan penggunaan dan pengolahan pendapatan yang diperoleh dari hasil perdagangan, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Pedagang profesional.</li> <li>❖ Pedagang semi profesional.</li> <li>❖ Pedagang subsistensi.</li> </ul>	Damsar (1997)	Pedagang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penggunaan dan pengolahan pendapatan</li> </ul>	Jenis pedagang berdasarkan pengelolaan dan penggunaan pendapatan

	❖ Pedagang semu.				
18	Kegiatan jasa mendukung kegiatan pembeli dan pedagang, kegiatan ini adalah aktivitas pelayanan yang dilakukan oleh seorang pemberi jasa kepada pihak lain berupa jasa kebersihan, jasa bongkar muat dan angkut barang, serta jasa transportasi.	Dinas Pengelola Pasar Kota Semarang (2003)	Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"><li>- Kebersihan</li><li>- Bongkar muat</li><li>- Jasa transportasi</li></ul>	Aktivias pelayanan yang diberikan pembeli adalah kebersihan, bongkar muat dan jasa transportasi
19	Kegiatan pengelolaan merupakan kegiatan pelayanan dalam aktivitas sebuah pasar, antara lain berupa pelayanan retribusi/pajak, perawatan bangunan, perawatan kebersihan dan teknis, pelayanan parkir dan keamanan, pelayanan penitipan anak, serta pelayanan kesehatan.	Dinas Pengelola Pasar Kota Semarang (2003)	Kegiatan pengelolaan	<ul style="list-style-type: none"><li>- Retribusi</li><li>- Perawatan bangunan</li><li>- Perawatan kebersihan dan teknis</li><li>- Pelayanan parkir</li><li>- Keamanan</li><li>- Penitipan anak</li><li>- Pelayanan kesehatan</li></ul>	Dalam pasar perlu ada pengelolaan yang profesional dan dapat mendukung kegiatan jual beli
20	Sistem utilitas minimal yang harus terdapat pada bangunan pasar, antara lain berupa jaringan listrik, jaringan air bersih, sistem drainase dan sistem pembuangan sampah, sistem anti petir bila bangunan cukup tinggi dan sistem pemadam kebakaran.	DPU Cipta Karya (1995)	Utilitas pasar	<ul style="list-style-type: none"><li>- Jaringan pasar</li><li>- Air bersih</li><li>- Sistem drainase</li><li>- Pembuangan sampah</li><li>- Anti petir</li></ul>	Dalam pasar harus ada sarana dan prasarana minimal fisik untuk mendukung aktivitas
21	Standar luas tempat parkir :	Pedoman	Parkir	<ul style="list-style-type: none"><li>- Syarat tempat</li></ul>	Perlu adanya lahan

	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Untuk area perbelanjaan, setiap 60 m<sup>2</sup> lantai harus menyediakan lapangan parkir 1 (satu) mobil.</li> <li>❖ Untuk perkantoran, setiap 100 m<sup>2</sup> lantai harus menyediakan lapangan untuk 1 (satu) mobil.</li> </ul>	Perencanaan Lingkungan Kota (1983 : 19)		parkir di pasar	parkir, baik untuk supplier, pembeli maupun pedagang di setiap pasar
22	Bagi sebuah pasar, sistem bongkar muat mutlak diperlukan karena menyangkut aksesibilitas barang dari tangan tengkulak ke pedagang.	Dinas Tata Bangunan Pemkot Semarang (2003)	Bongkar muat	- Aksesibilitas	Di pasar, perlu adanya akses
<b>No</b>	<b>Teori Perkembangan Pasar Tradisional</b>	<b>Sumber</b>	<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Variabel Penulis</b>
1	<p>Perkembangan bentuk pasar tradisional :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Pasar awal : pasar diruang terbuka dibawah pohon</li> <li>❖ Dibawah pohon-pohon</li> <li>❖ Dibawah pohon-pohon mulai ada toko dan warung permanen</li> <li>❖ Awal pasar baru los-los, toko kelontong, warung (sudah mulai lengkap)</li> </ul>	Moersid, Adhi (1995)	Kondisi perkembangan pasar pada umumnya.	- Bentuk pasar	Pengembangan pasar sebagai salah satu kebutuhan masyarakat modern.
2	Mengungkapkan bahwa sejak awal perkembangannya, sudah banyak ditemukan variasi pasar di Indonesia (khususnya Pulau Jawa).	Wiryomartono (1995 : 11) dalam Badan Perencanaan Pembangunan Daerah/ BAPPEDA, (2002)	Perkembangan pasar	- Variasi pasar	Morfologi pasar terjadi terus menerus dengan berbagai variasi.

3	<i>Public Sphere</i> di samping bagian dari wacana pencarian dan penciptaan demokratisasi, ruang publik berupa pasar atau pasar juga mempunyai nilai-nilai tradisional.	Akhudiat	Ruang publik	- Public sphere	Ruang yang membentuk spirit, yang lebih mengutamakan hubungan sosial
4	Pemukiman urban dibentuk oleh struktur-struktur yang tetap, yaitu pusat perdagangan (pasar), pusat pemerintahan dan pusat peribadatan.	Wiryomartono (1995 : 11) dalam Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA), (2002)	Pemukiman	- Pemukiman urban	Cikal bakal awal terbentuknya pemukiman urban yaitu adanya pasar, pemerintahan dan tempat ibadah.
No	<b>Teori Pemanfaatan dan Penggunaan Ruang Pasar</b>	<b>Sumber</b>	<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Variabel Penulis</b>
1	Pemanfaatan dan penggunaan ruang bagi aktor ekonomi dalam hal ini adalah orang-orang yang terlibat dalam aktivitas jual beli di pasar terutama ditujukan kepada fungsi ekonomi, disamping itu juga dapat diselimuti oleh kombinasi dengan aspek lain seperti politik, sosial dan budaya.	Damsar (1997)	Kondisi yang dapat mempengaruhi pasar dalam memanfaatkan serta menggunakan ruang pasar.	- Aktivitas jual beli. - Strategi perdagangan. - Daya tarik.	Pemanfaatan ruang di pasar secara ekonomis dan keteraturan tata ruang pasar.

2	Strategi untuk menghasilkan ruang yang menguntungkan yaitu strategi yang pertama dimaksudkan untuk memperindah dan mempercantik ruang, sehingga menarik orang untuk memperhatikan atau sekedar melirik tempat tersebut, kemudian strategi kedua ditujukan untuk membuat orang berlama-lama dan kembali lagi pada waktu yang lain ke tempat yang sama.	Damsar (1997)	Strategi ruang yang menguntungkan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menarik</li> <li>- Nyaman</li> </ul>	Strategi sebuah pasar untuk menarik konsumen
3	<p>Faktor-faktor daya tarik perdagangan :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Ketersediaan barang dagangan.</li> <li>❖ Keuntungan harga unit retail, standar, harga kompetitif, dampak promosi, penjualan khusus.</li> <li>❖ Kenyamanan tempat penjualan.</li> <li>❖ Kemudahan : transportasi umum (beaya, waktu frekwensi), transportasi pribadi (parkir, aksesibilitas, kondisi lalu lintas, jarak parkir).</li> </ul>	Nelson (1958)	Kondisi yang memiliki daya tarik perdagangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ketersediaan</li> <li>- Keuntungan</li> <li>- Kenyamanan</li> <li>- Kemudahan</li> </ul>	Daya tarik sebuah pasar
4	<p>Prinsip-prinsip yang perlu diperhatikan dalam merencanakan lokasi perdagangan :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Konsumen cenderung mengunjungi pusat perdagangan yang dominan.</li> <li>❖ Konsumen tidak akan melewati suatu pusat perdagangan untuk menuju pusat perdagangan lain yang mempunyai</li> </ul>	Nelson (1958)	Kondisi yang dapat memberi pengaruh konsumen dalam memilih tempat	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi</li> <li>- Konsumen</li> </ul>	Lokasi sebuah pasar tidak terlepas dari kecenderungan konsumen dalam memilih tempat berbelanja.

	<p>fasilitas yang sama.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Konsumen akan mengunjungi pusat perdagangan terdekat dengan fasilitas yang sama.</li> <li>❖ Konsumen cenderung mengikuti pola sirkulasi yang sudah umum.</li> </ul>		berbelanja		
--	--	--	------------	--	--

## **BAB III**

### **Gambaran Wilayah Studi**

Deskripsi daerah penelitian yang dijabarkan dalam laporan penelitian ini, menyangkut hal-hal di daerah penelitian yang kemungkinan terkait dengan bahasan hasil penelitian. Deskripsi ini akan dipergunakan dalam pemaknaan bahasan hasil temuan. Hal-hal yang dijabarkan dalam deskripsi daerah penelitian meliputi :

#### **3.1. Tinjauan Pasar Tradisional Bulu Semarang**

##### **3.1.1. Sejarah Pasar Tradisional Bulu Semarang**

Kota Semarang mempunyai luas wilayah administratif adalah 373,70 km<sup>2</sup>. Dengan pembagian wilayah pengembangan (WP) dan bagian wilayah kota (BWK) masing-masing terbagi 4 WP dan 10 BWK. Jumlah penduduk di Kota Semarang sampai dengan akhir tahun 2003 sebesar 1.231.451 jiwa.

Semarang sebagai sebuah kota bersejarah, memiliki kisah yang panjang dalam rangkaian sejarah di Indonesia, perkembangan kota yang berorientasi pada kehidupan budaya dan ekonomi itu telah mempengaruhi perkembangannya sampai saat ini. Menurut **Bemmelen**, dalam **Budiman (1978)** awal tumbuhnya Kota Semarang, merupakan kota dagang, dengan potensi pelabuhan dagang internasional di Tanjung Mas.

Semarang mengalami pertumbuhan yang paling pesat semenjak

1950 setelah kemerdekaan Kota Semarang. Pertumbuhan permukiman di daerah kota dan berkembangnya fasilitas sektor perdagangan antara lain pengembangan Pasar Johar, pembangunan Pasar Bulu, Karangayu, Pasar Dargo, Pasar Langgar dan sebagainya, membuat perekonomian Kota Semarang semakin baik.

Dalam kurun waktu 60 tahun sesudah Perang Dunia II, pembangunan pasar tradisional di Semarang sangat terbatas, jika dibandingkan dengan kurun waktu 27 tahun sebelum Perang Dunia II. 12 pasar tradisional yang terbina dan 4 pasar tradisional besar yang strategis, permanen dengan konstruksi beton yang sangat megah dan representatif pada zamannya, seperti Pasar Randusari dan terakhir Pasar Johar.

Pasar tradisional Bulu yang semula dikelola oleh Oei Tiong Ham kemudian pengelolaannya berpindah ke Pemerintah Stadsgemeente dibangun pada tahun 1936. Bangunan pasar tradisional Bulu sebagai salah satu hasil karya diantara sekian banyak bangunan yang tersebar khususnya di Kota Semarang, dari segi struktur dikatakan modern karena struktur yang diterapkan di pasar tradisional Bulu ini adalah struktur jamur (*mushroom*) dengan memakai penampang kolom maupun bagian atasnya berbentuk segi delapan. Untuk menyelesaikan masalah penghawaan banyak dibuat bukaan (pintu, jendela maupun lubang ventilasi) yang lebarnya sama dengan jarak antar *trave*. Pembukaan ini dipadu dengan tinggi plafon yang sangat tinggi (5.44 M untuk ruang-ruang di pinggir, dan 10.44 M pada ruang-ruang di



Di dalam struktur perekonomian Kota Semarang, pasar tradisional Bulu merupakan salah satu sarana perekonomian yang berperan penting sebagai pasar regional. Letaknya yang sangat strategis di dalam Kota Semarang serta kemudahan aksesibilitas atau jangkauan dari segala arah mendukung fungsi pasar tersebut sehingga menjadikan pasar tradisional Bulu sangat menarik bagi konsumen maupun pedagang.

Sesuai dengan Peraturan Daerah (PERDA) No. 10 Tahun 2000, bahwa pasar tradisional Bulu Semarang merupakan pasar dengan jangkauan pelayanan radius 7.500 m dan skala pelayanan untuk 50.000 – 75.000 jiwa penduduk Kota Semarang. Luas areal yang dimiliki oleh pasar wilayah ini sebesar 0.60 Ha – 1,50 Ha.

Di Kota Semarang sendiri terdapat 48 buah pasar lainnya yang sangat berperan dan memiliki linkage dengan pasar tradisional Bulu baik secara langsung maupun tidak langsung. Selain pasar, Kota Semarang juga memiliki potensi sarana-sarana penunjang lainnya seperti pusat-pusat perbelanjaan yang tersebar di seluruh kota. Pada tabel 4. 1 dibawah ini dapat dilihat golongan pasar-pasar sebagai salah satu fasilitas perdagangan menurut wilayah kerja pasar di Kota Semarang.

**TABEL III.1.**  
**Golongan Pasar-pasar Diwilayah Kota Semarang Menurut**  
**Wilayah Kerja Pasar**

NO	NAMA RAYON PASAR	WILAYAH KERJA	GOLONGAN PASAR
1	JOHAR	PASAR JOHAR UTARA PASAR JOHAR TENGAH PASAR JOHAR SELATAN PASAR YAIK BARU PASAR YAIK PERMAI PASAR S.C.J PASAR PUNGKURAN PASAR BUBAKAN	KOTA KOTA KOTA KOTA KOTA WILAYAH WILAYAH WILAYAH
2	KARANGAYU	PASAR KARANGAYU PASAR SIMONGAN PASAR MANYARAN PASAR SURTIKANTI PASAR TANAH MAS PASAR PURWOGONDO PASAR BOOM LAMA	WILAYAH LINGKUNGAN LINGKUNGAN LINGKUNGAN LINGKUNGAN LINGKUNGAN LINGKUNGAN
3	KARIMATA	PASAR KARIMATA PASAR REJOMULYO PASAR LANGGAR PASAR DARGO	KOTA KOTA WILAYAH WILAYAH
4	PETERONGAN	PASAR PETERONGAN PASAR WONODRI PASAR SISINGAMANGARAJA PASAR KAGOK PASAR JANGLI	WILAYAH WILAYAH LINGKUNGAN LINGKUNGAN LINGKUNGAN
5	BULU	PASAR BULU PASAR BULU LAMA PASAR RANDUSARI PASAR SAMPANGAN	WILAYAH WILAYAH LINGKUNGAN LINGKUNGAN
6	JATINGALEH	PASAR JATINGALEH PASAR RASAMALA PASAR DAMAR PASAR SRONDOL PASAR BANYUMANIK	WILAYAH LINGKUNGAN LINGKUNGAN LINGKUNGAN LINGKUNGAN
7	NGALIYAN	PASAR NGALIYAN PASAR JRAKAH PASAR MANGKANG PASAR MIJEN PASAR GUNUNG PATI	LINGKUNGAN LINGKUNGAN LINGKUNGAN LINGKUNGAN LINGKUNGAN

8	WARU INDAH	PASAR WARU INDAH	LINGKUNGAN
		PASAR GENUK	LINGKUNGAN
		PASAR BANGETAYU	LINGKUNGAN
		PASAR SURYOKUSUMO	LINGKUNGAN
		PASAR SATRIO WIBOWO	LINGKUNGAN
		PASAR UDAN RIRIS	LINGKUNGAN
		PASAR TLOGOSARI	LINGKUNGAN
9	PEDURUNGAN	PASAR PEDURUNGAN	LINGKUNGAN
		PASAR GAYAMSARI	WILAYAH
		PASAR KEDUNG MUNDU	LINGKUNGAN
		PASAR MRICAN	LINGKUNGAN

(Sumber : Dinas Pengelola Pasar Kota Semarang 2004)

Dari seluruh pasar yang ada di Kota Semarang, letak pasar tradisional Bulu sangat strategis dan mempunyai nilai lebih untuk pengembangan lebih lanjut sebagai sarana perdagangan dan jasa modern di tengah kota. Wilayah pasar tradisional Bulu merupakan salah satu dari tiga titik wilayah komersial selain wilayah Pasar Johar – wilayah Pasar Peterongan yang mempunyai nilai ekonomi tinggi.

### 3.1.3. Konstelasi Pasar Bulu Dengan Lingkungan Sekitarnya

Pasar tradisional Bulu berada pada wilayah perdagangan dan jasa, perkantoran dan campuran permukiman kota. Fungsi pasar tradisional Bulu Semarang terbagi atas 2 bagian, yaitu :

#### 1. Skala makro :

pasar tradisional Bulu untuk cakupan wilayah bagian Kota Semarang secara khusus dan tingkat Kota Semarang secara umum yang berada pada wilayah pengembangan (WP) I serta wilayah kota (BWK) I , dimana lokasi ini sebagai

pusat perkantoran, pemerintahan, pendidikan, perdagangan dan jasa.

2. Skala mikro :

pasar tradisional Bulu meliputi daerah atau lingkungan permukiman yang berada di wilayah Kecamatan Semarang Selatan, Kelurahan Barusari.



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
LOKASI PASAR TRADISIONAL BULU  
SEMARANG

LEGENDA



NO  
3.1

SKALA

UTARA

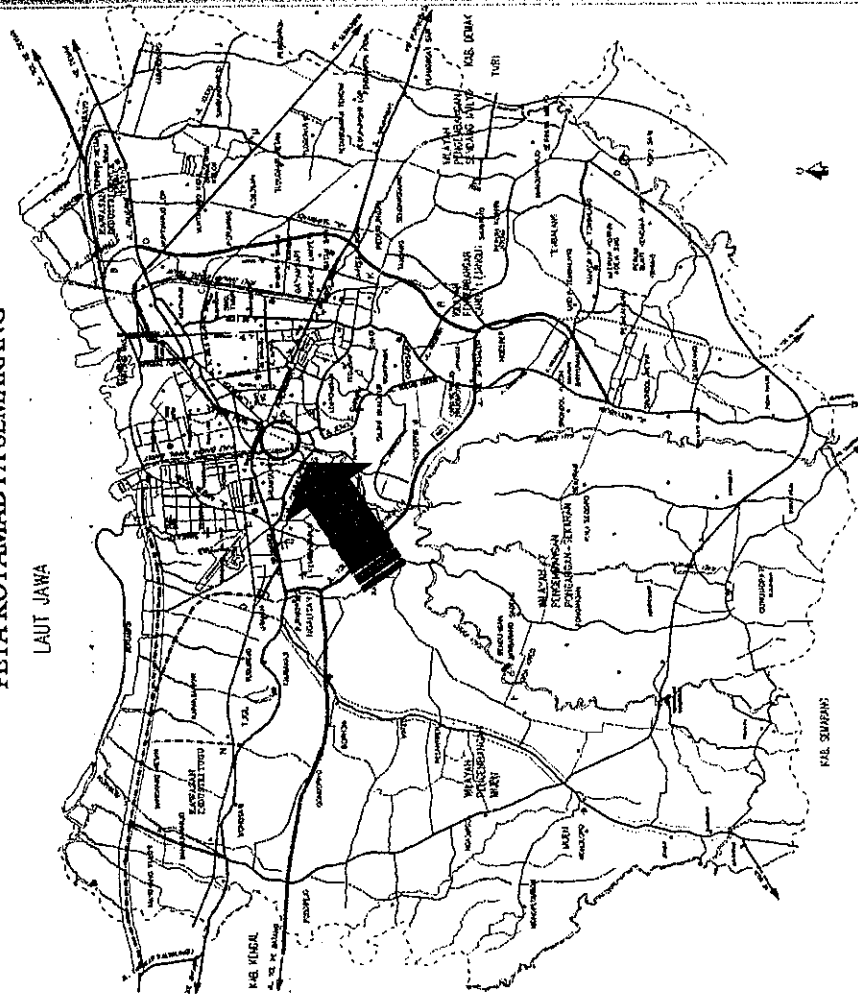
SUMBER

RENCANA TATA  
RUANG KOTA  
SEMARANG  
TAHUN  
1995 - 2005

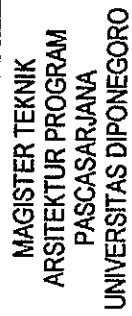


PETA KOTAMADYA SEMARANG

LAUT JAWA



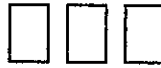
PIL. SEMANG



**TESIS**  
**KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN**  
**RUANG DI PASAR TRADISIONAL**  
**BULU SEMARANG**

**JUDUL PETA  
DENAH LANTAI 1 & 2  
PASAR TRADISIONAL BULU  
SEMARANG**

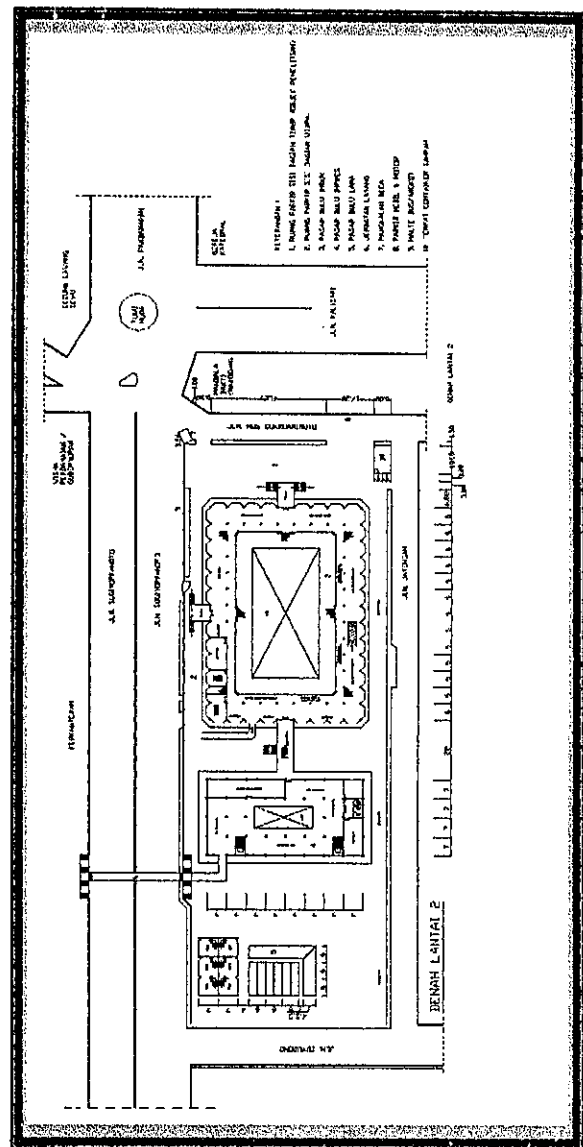
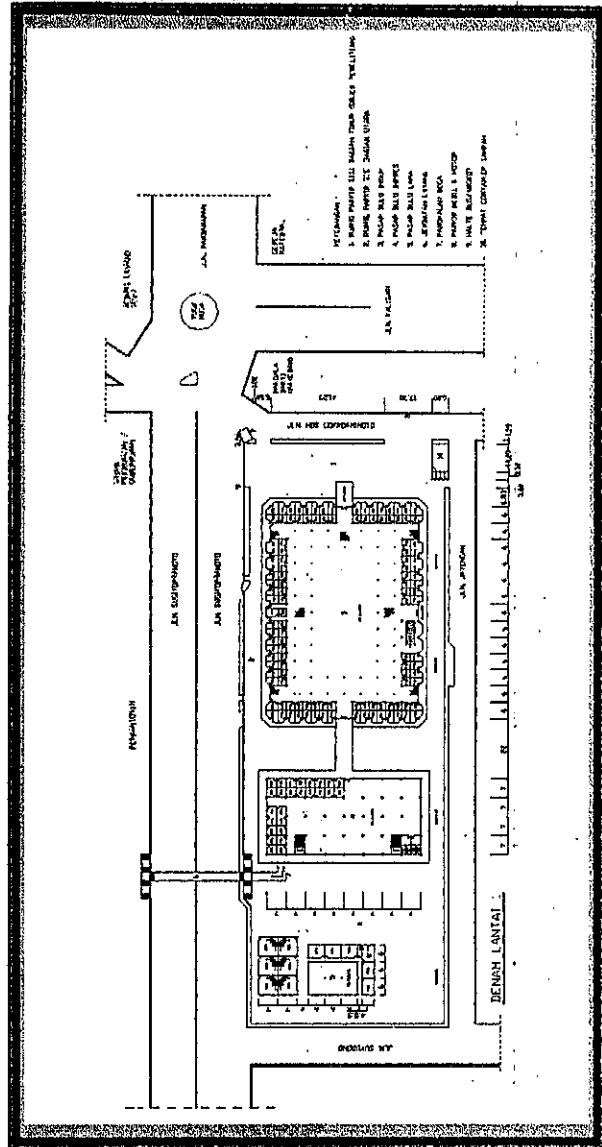
## LEGENDA



NO	SKALA
3.2	

**SUMBER**

UTARA



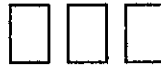


MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
OBJEK PENELITIAN

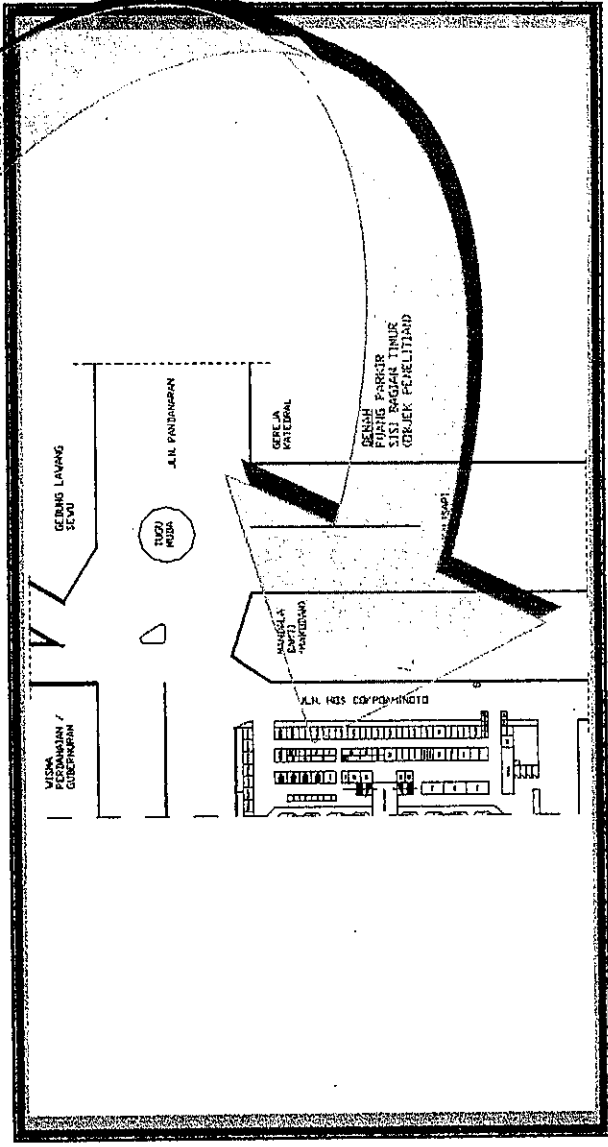
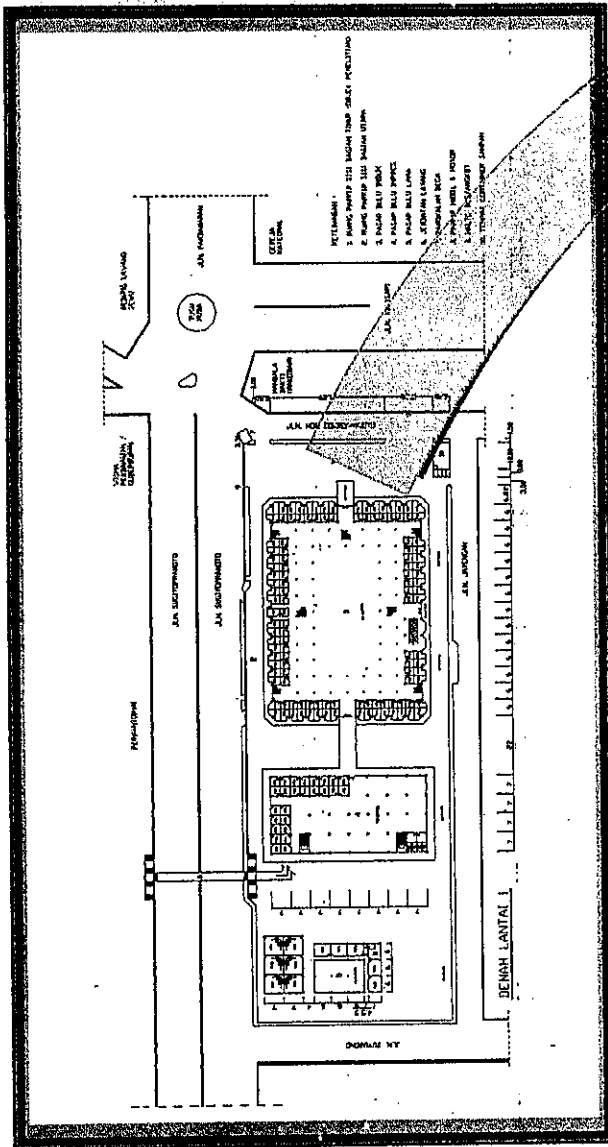
LEGENDA



NO  
3.3

SKALA

UTARA  
SUMBER



Lingkungan sekitar pasar tradisional Bulu merupakan lingkungan perdagangan dan jasa di pusat kota yang didominasi dengan kios dan toko kecil, sedang dan besar. Jenis dagangannya selain kelontong dan bahan kebutuhan sehari-hari juga produk fashion, elektronik, alat tulis dan lain sebagainya. Sedangkan pasar tradisional Bulu lebih dekat kepada suasana pasar tradisional dimana pengunjung dan konsumen bersosialisasi secara langsung, penataan dagangan dan kiosnya juga memperlihatkan wujud yang informal. Dengan demikian keberadaan pasar tradisional Bulu dan lingkungan sekitarnya saling melengkapi dalam konteks penyediaan kebutuhan masyarakat kota, baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan sekunder lainnya.

Di sisi lain, keberadaan pasar tradisional Bulu yang mendatangkan pedagang dan konsumen dari dini hari sampai sore hari mengakibatkan wilayah sekitarnya selalu hidup dan ramai. Sarana transportasi yang digunakan, baik angkutan umum maupun kendaraan pribadi meningkatkan bangkitnya traffic yang juga berpengaruh pada peningkatan intensitas lalu lintas pada wilayah sekitarnya. Kunjungan konsumen ke pasar tradisional Bulu ternyata juga menyebar ke wilayah sekitarnya, mengingat bahwa jenis dagangan yang dipasarkan berbeda. Sebaran pergerakan pengunjung ke wilayah sekitarnya menyebabkan toko-toko memiliki kesempatan untuk menarik konsumen melalui penataan dagangan maupun insentif lainnya.

Pada sore hari menjelang malam, ketika aktivitas perdagangan di



pasar tradisional Bulu mulai menurun, aktivitas baru tumbuh pada koridor sisi depan lahan parkir di sebelah timur yaitu pada entrance dari arah Jalan Hos Cokroaminoto dan koridor sisi samping lahan parkir di sebelah utara yaitu pada entrance dari arah Jalan Mgr. Sugiyopranoto. Pedagang kaki lima dengan jenis dagangan makanan, minuman, kaset, aksesoris, pakaian, sepatu dan lain sebagainya mulai menggelar dagangan dan mendirikan tenda tidak permanen. Dengan demikian lokasi keramaian mulai berpindah mendekati jalan utama kota, sedangkan koridor sisi belakang bagian utara pasar tradisional Bulu yang berbatasan dengan Jalan Suyudono Jayengan dan koridor sisi samping bagian barat pasar tradisional Bulu yang berbatasan dengan Jalan Jayengan mulai sepi dan tidak ada aktivitas. Aktivitas pada tempat ini baru terjadi pada waktu pagi sampai sore hari.

#### **3.1.4. Batasan Lokasi Penelitian**

Secara substansial lokasi penelitian berada pada area inti (*core area*). Sesuai dengan data, area inti meliputi area eksisting pasar tradisional Bulu yang terletak di Kecamatan Semarang Selatan, Kelurahan Barusari, dengan luas tapak keseluruhan adalah 24.255 m<sup>2</sup>, sedangkan luas bangunan pasar tradisional Bulu keseluruhan adalah 13.733 m<sup>2</sup> yang terbagi atas : pasar tradisional Bulu Lama yaitu 1.092 m<sup>2</sup>, pasar tradisional Bulu Inpres Lantai 1 yaitu 1.310 m<sup>2</sup>, pasar tradisional Bulu Inpres Lantai 2 yaitu 1.299

m<sup>2</sup>, pasar tradisional Bulu Induk Lantai 1 yaitu 5.820 m<sup>2</sup> dan pasar tradisional Bulu Induk Lantai 2 yaitu 4.212 m<sup>2</sup>.

Pasar tradisional Bulu memiliki batasan sebagai berikut:

- ❖ Sebelah Utara : Jalan Mgr. Sugiyopranoto
- ❖ Sebelah Selatan : Jalan Jayengan
- ❖ Sebelah Timur : Jalan Hos Cokroaminoto
- ❖ Sebelah Barat : Jalan Suyudono

Sedangkan untuk area pengembangan meliputi lokasi di koridor sisi depan lahan parkir sebelah timur yaitu pada entrance dari arah Jalan Hos Cokroaminoto sampai areal sub terminal angkutan kota di sebelah utara yaitu dari arah Jalan Mgr. Sugiyopranoto.



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

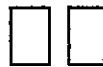
### TESIS

KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

### JUDUL PETA

KAWASAN TUGU MUDA (LOKASI  
KEBERADAAN PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

### LEGENDA



NO  
3.4

SKALA

UTARA

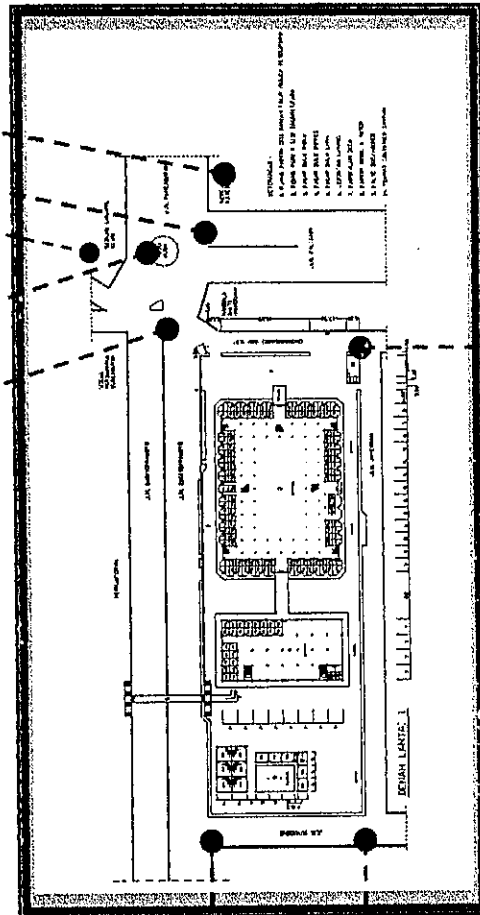


Bangunan Monumen  
Tugu Muda Semarang  
yang berada di  
kawasan tersebut  
mempunyai nilai  
sejarah/sebagai simbol  
sejarah kota Semarang  
itu sendiri

Berbagai bangunan  
konservasi yang  
mendapat  
perlindungan dari  
pemerintah daerah  
kota Semarang.  
Perlu  
dipertahankan  
bentuk secara fisik  
bangunannya  
terutama tampilan  
bangunan

Simpul rawan  
kemacetan akibat  
adanya  
permasalahan  
sirkulasi kendaraan  
dan pejalan kaki,  
serta tempat naik-  
turunnya  
penumpang  
transportasi umum.

Simpul kemacetan dari  
berbagai aktivitas dan  
sirkulasi, yaitu :  
aktivitas para  
pedagang kaki lima  
(PKL) dan pedagang  
pasar yang  
berdagang sampai ke  
luar lahan pasar/  
aktivitas tempat parkir  
kendaraan dan  
mangkanya banyak  
beca'. Khusus di Jl.  
Jayengan, sering  
dilakukan aktivitas  
bongkar muat barang  
dagangan dengan  
mempergunakan mobil  
box dan truk berukuran  
kecil, begitu pula yang  
terjadi di Jl. Suyudono,  
serta adanya sirkulasi  
kendaraan dan pejalan  
kaki.



### **3.2. Karakter Perdagangan dan Jasa**

#### **A. Jenis Dagangan dan Jasa**

Jenis dagangan yang diperjual belikan di pasar tradisional Bulu terbagi menjadi dua yaitu dagangan basah dan kering.

- ❖ Dagangan basah antara lain : daging, ikan, sayur-mayur, buah-buahan, bumbu, palawija.
- ❖ Dagangan kering antara lain : pakaian, kelontong, plastik, jajanan, alat tulis dan lain sebagainya.

Sedangkan jenis jasa yang ditawarkan di pasar tradisional Bulu terbagi atas Bank Pasar, Warung Pos dan Telekomunikasi, Klinik Kesehatan serta Lavatory Umum.

#### **B. Jenis dan Jumlah Pedagang**

Kaitannya dengan penempatan ruang didalam pasar oleh para pedagang, Pemerintah Daerah Tingkat II khususnya Kotamadya Daerah Tingkat II Semarang telah menetapkan Perda Nomor 10 tahun 2000 tentang pengaturan pasar, yang isinya antara lain menyebutkan bahwa setiap pedagang harus memiliki Surat Izin Penempatan (SIP) bagi pedagang yang menempati kios atau los (pedagang formal/pedagang tetap) dan KТПP (Kartu Tanda Pengenal Penjual) bagi pedagang yang tidak menempati los atau kios (pedagang informal/pedagang tidak tetap/PKL), yang menurut Cabang Dinas

Pasar Wilayah III berlaku selama 1 tahun, dalam rangka menjamin ketertiban dan pelayanan kepada masyarakat pengguna fasilitas pasar.

Pedagang yang menempati pasar tradisional Bulu adalah pedagang yang menempati los pasar, menempati petak permanen bangunan induk, menempati petak permanen di luar bangunan induk serta menempati petak semi permanen. Selain itu terdapat pula pedagang yang menempati gang-gang diantara los dan diantara petak serta pedagang yang menggelar dagangannya di luar bangunan pasar.

Dari cara menata dagangannya, pedagang pada los dan kios lebih tertata dibandingkan dengan pedagang yang menempati gang serta menggelar dagangannya di luar bangunan pasar. Akan tetapi sering kali karena barang yang diperdagangkan menumpuk, berjumlah banyak dan tidak sesuai dengan kapasitas ruang pada los atau kios, maka pedagang meletakkan barang dagangannya pada gang-gang. Oleh karena mengurangi ruang pada gang, hal tersebut sangat mengganggu sirkulasi dan pergerakan konsumen.

Jumlah pedagang di pasar tradisional Bulu ternyata tidak sama dari tahun ke tahun seperti pada tabel III.II. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa untuk pedagang yang memiliki tempat permanen jumlahnya relatif stabil, sedang pedagang yang berada di luar los dan pedagang kaki lima jumlahnya terus meningkat, bahkan pada tahun 2003 mengalami kenaikan.

**TABEL III.2.**  
**Jumlah Pedagang Pasar Bulu**

Lokasi	Jumlah Pedagang	
	Tahun 2002	Tahun 2003
Pedagang dalam los	578	578
Pedagang petak toko	156	156
Pedagang luar los & PKL	300	351
Jumlah	1034	1085

(Sumber : Dinas Pengelola Pasar Kota Semarang 2004)

Perkembangan jumlah pedagang yang demikian pesat, membuat lahan pasar seakan selalu kurang. Semua pedagang yang resmi maupun yang liar ingin mendapat tempat berjualan yang nyaman. Apabila kenaikan pedagang dibiarkan tidak terkendali, maka kondisi pasar akan bertambah sesak/padat, kumuh dan sangat mengganggu kenyamanan konsumen yang pada akhirnya konsumen enggan untuk datang ke pasar tradisional Bulu.

### **3.3. Struktur Internal Pemanfaatan Ruang**

Pemanfaatan ruang, baik pada bangunan induk pasar tradisional Bulu maupun pada los-los dan petak diluar bangunan induk memperlihatkan dua karakter yang sangat kuat, yaitu struktur fisik bangunan dan struktur pergerakan manusia.

Meskipun telah ada perluasan lokasi pedagang diluar bangunan induk, di dalam bangunan sendiri pemanfaatan ruangnya tidak mencapai tahap interstisial. Di mana intensitas penggunaan ruangnya oleh pedagang

sangat kurang. Keengganan pedagang memanfaatkan ruang yang telah disediakan oleh pengelola pasar membuat ruang yang direncanakan tersebut tidak optimal termanfaatkan (ruang yang terletak di lantai 2 pasar tradisional Bulu).

Pada awalnya ruang yang terletak di lantai 2 ini memang sudah direncanakan dan sudah digunakan sebagaimana mestinya. Tetapi pada perkembangan berikutnya kemudian ditinggalkan oleh sebagian pedagang yang lebih memilih berdagang di lokasi lahan parkir sisi bagian utara dan timur pasar tradisional Bulu.

Ada beberapa alasan yang dikemukakan oleh pedagang yang membuat mereka menolak berjualan di lantai 2 pasar tradisional Bulu dan justru menempati lahan parkir, antara lain karena tidak terpenuhinya kebutuhan pedagang dari segi aksesibilitas, kesesakan dan visibilitas.

Pindahnya para pedagang tersebut mengakibatkan kekosongan ruang yang akhirnya menimbulkan dampak penyalahgunaan atau pengalihfungsian pemanfaatan ruang-ruang yang ada.

## **BAB IV**

### **Analisis Terhadap Pemanfaatan Ruang Di Pasar Tradisional Bulu Semarang**

#### **4.1. Analisis Responden Pedagang**

Berdasarkan issue yang berkembang di pasar tradisional Bulu Semarang, yaitu adanya ruang yang memang sudah direncanakan dan sudah digunakan sebagaimana mestinya, adanya ruang yang direncanakan tetapi tidak optimal termanfaatkan dan adanya ruang yang tidak direncanakan tetapi muncul ruang karena perilaku pedagang, merupakan gambaran fenomena yang menunjukkan adanya interaksi yang terjadi antara arsitektur sebagai hasil desain dan interpretasi aktivitas pedagang yang berbeda sebagai pengguna. Akibatnya muncul berbagai macam masalah karena tuntutan kebutuhan, karakteristik lingkungan fisik dan lingkungan administrasi memberikan kesempatan pedagang melakukan aksi memanfaatkan ruang dengan membuat dasaran yang tidak sesuai dengan fungsinya seperti yang terjadi pada pasar tradisional Bulu Semarang dengan cara menempati areal yang ditujukan untuk parkir.

Dari latar belakang deskripsi responden pedagang secara umum tersebut, muncul beberapa hal yang patut diteliti yaitu ruang yang direncanakan tetapi tidak optimal termanfaatkan karena kurang diminati



pedagang dan ruang yang tidak direncanakan tetapi muncul ruang karena perilaku para pedagang.

Karakter pedagang baik yang basah atau kering, yang berjualan di pasar tradisional Bulu Semarang dapat dibedakan berdasarkan usia, jenis kelamin, asal, lamanya berdagang, lamanya kepindahan ke ruang parkir sisi bagian timur, rentang waktu usaha dan ukuran luas lahan dasaran yang dibutuhkan.

Berdasarkan 30 responden dari segi usia, pedagang yang berjualan di pasar tradisional Bulu Semarang didominasi oleh golongan orang tua (>35 tahun) dengan jenis kelamin perempuan. Pedagang yang berasal dari Kota Semarang jumlahnya lebih banyak dari pada pedagang yang berasal dari luar kota. Sebagian besar dari mereka telah berdagang selama lebih dari 6 tahun sehingga secara tidak langsung mereka sudah dapat memprediksi tempat-tempat mana yang memberikan lebih banyak keuntungan dari segi ekonomi. Misalnya mereka lebih suka menempati ruang parkir sisi bagian timur pasar sudah lebih dari 1 tahun, karena memberikan menguntungkan. Rentang waktu usaha biasanya lebih ramai antara pukul 12.<sup>00</sup> – 16.<sup>00</sup>, yang bertepatan dengan jam pulang kantor para pegawai. Rata-rata mereka berpendidikan hanya sampai lulusan SD. Bagi mereka menjadi pedagang tidak perlu memiliki pendidikan yang tinggi. Untuk menggelar barang dagangannya mereka cenderung membutuhkan luas lahan dasaran antara 2.00 m<sup>2</sup> – 5.00 m<sup>2</sup>.

**TABEL IV.1.**  
**Usia Responden**

No	Usia	Jumlah	Prosentase
1	Remaja (15 – 25 thn)	5	17%
2	Dewasa (25 – 35 thn)	10	33%
3	Orang tua (>35 thn)	15	50%
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

**TABEL IV.2.**  
**Jenis Kelamin Responden**

No	Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	10	33%
2	Perempuan	20	67%
3	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100%

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

**TABEL IV.3.**  
**Asal Responden**

No	Asal	Jumlah	Prosentase
1	Penduduk kota Semarang	20	67%
2	Dari luar daerah kota Semarang	10	33%
3	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

**TABEL IV.4.**  
**Lamanya Responden Berdagang**

No	Lama	Jumlah	Prosentase
1	1 – 2 tahun	2	7%
2	2 – 4 tahun	3	10%
3	4 – 6 tahun	10	33%
4.	> 6 tahun	15	50%
	Jumlah	30	100%

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

**TABEL IV.5.**  
**Tingkat Pendidikan Responden**

No	Pendidikan	Jumlah	Prosentase
1	Lulus SD	21	70%
2	Lulus SMP/SLTP	5	17%
3	Lulus SMU/SMA	3	10%
4	Lulus Perguruan Tinggi/Akademi	1	3%
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

**TABEL IV.6.**  
**Lamanya Kepindahan Responden Ke Ruang Parkir Sisi Bagian Timur**

No	Lama Kepindahan	Jumlah	Prosentase
1	<12 bln	1	3%
2	13-18 bln	2	7%
3	19- 24 bln	7	23%
4	> 24 bln	20	67%
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

**TABEL IV.7.**  
**Rentang Waktu Usaha Responden Untuk Hari Biasa**

No	Waktu Usaha	Jumlah	Prosentase
1	05 <sup>00</sup> – 09 <sup>00</sup>	5	17%
2	09 <sup>00</sup> – 12 <sup>00</sup>	4	13%
3	12 <sup>00</sup> – 16 <sup>00</sup>	20	67%
4	> 16 <sup>00</sup>	1	3%
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

**TABEL IV.8.**  
**Ukuran Luas Lahan Dasar Yang Dibutuhkan Responden**

No	Lahan Dasar	Jumlah	Prosentase
1	< 2.00 m <sup>2</sup>	2	7%
2	2.00 m <sup>2</sup> – 5.00 m <sup>2</sup>	27	90%
3	> 5.00 m <sup>2</sup>	1	3%
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Analisis

#### 4.1.2. Pembahasan Hasil Kuesioner (Pedagang)

##### A. Kenyamanan (comfort)

Tabel IV.9.  
Kekurang Nyamanan Dalam Menempati Ruang Berjualan

No	Kekurang Nyamanan	Jumlah	Prosentase
1	Efek yang ditimbulkan dari barang-barang yang dijual	-	-
2	Efek pandangan	10	33%
3	Efek dari tempat berjualan itu sendiri	20	67%%
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100%

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Mayoritas para pedagang sebanyak 67% mengatakan, efek-efek yang menyebabkan kurang nyamannya menempati suatu ruang untuk berjualan adalah efek yang ditimbulkan dari tempat berjualan itu sendiri.

Secara lebih luas kenyamanan merupakan keadaan lingkungan yang dapat diterima oleh panca indra dan *antropometrik* (menyangkut proporsi, dimensi dan karakteristik fisiologis) dan mampu memfasilitasi kegiatan untuk mendapatkan kinerja yang baik.

Pada lantai 2 pasar tradisional Bulu yang membuat mereka menolak berdagang di tempat tersebut dan justru menempati ruang parkir sisi bagian timur pasar Bulu karena :

- ❖ Berkaitan dengan faktor keamanan, dagangan sering hilang dalam jumlah yang tidak sedikit.

- ❖ Ketersediaan lahan dasar di lantai 2 tidak sebanding dengan jumlah pedagang. Dan bila dipaksakan , maka mereka hanya mendapat tempat sekitar separo luas dasar di bawah.
- ❖ Sebagian ruang yang berada di lantai 2 bangunan pasar tradisional Bulu dipakai untuk tempat tinggal para pedagang, anak jalanan dan preman.
- ❖ Kondisi fisik bangunan pasar tradisional Bulu dinilai oleh sejumlah pedagang sudah sangat memprihatinkan sehingga dianggap sudah mengganggu kenyamanan pedagang dan pembeli, seperti atap yang bocor, tembok rusak, sampah bertebaran dll. Pemkot harus membersihkan dan merehabilitasi gedung sebelum menyuruh para pedagang pindah.
- ❖ Di lantai 2 bangunan pasar tradisional Bulu sebagian ruangnya dipakai sebagai tempat penyimpanan atau gudang barang-barang para pedagang dan munculnya warung-warung liar.
- ❖ Dari segi pandangan, para pedagang tidak dapat melihat atau terlihat bebas oleh para konsumen yang datang karena terhalang secara visual oleh dinding bangunan.

Akibat dari kekurangnyamanan tersebut maka hampir semua pedagang pindah dan menempati ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu. Yang menurut mereka lebih bisa memenuhi kebutuhan mereka dari segi kenyamanan. Antara lain : dalam

menempati ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu yang sekarang, boleh dikatakan cukup aman karena situasi seperti ini seringkali melibatkan kelompok-kelompok yang menawarkan beking kepada pedagang dengan imbalan jasa. Selain itu mereka bisa memanfaatkan ruang dengan menempati lahan dasaran sesuai dengan yang mereka inginkan walaupun itu tidak sesuai dengan fungsinya seperti menempati areal yang ditujukan untuk parkir. Sehingga pedagang mulai mengakuisisi jalur untuk pengunjung yang berjalan kaki dan lahan parkir.

Kondisi seperti ini akan terus terjadi apabila pemerintah daerah tidak bersikap tegas dalam bertindak terhadap pihak-pihak yang seharusnya ditindak. Pasar akan selalu menimbulkan masalah lingkungan, sosial dan kriminalitas. Diperlukan penataan, pengawasan dan penertiban yang lebih konsisten, tegas dan tidak pandang bulu.



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
KONDISI LANTAI 2 PASAR  
TRADISIONAL BULU YANG JAUH  
DARI KENYAMANAN (COMFORT)

LEGENDA

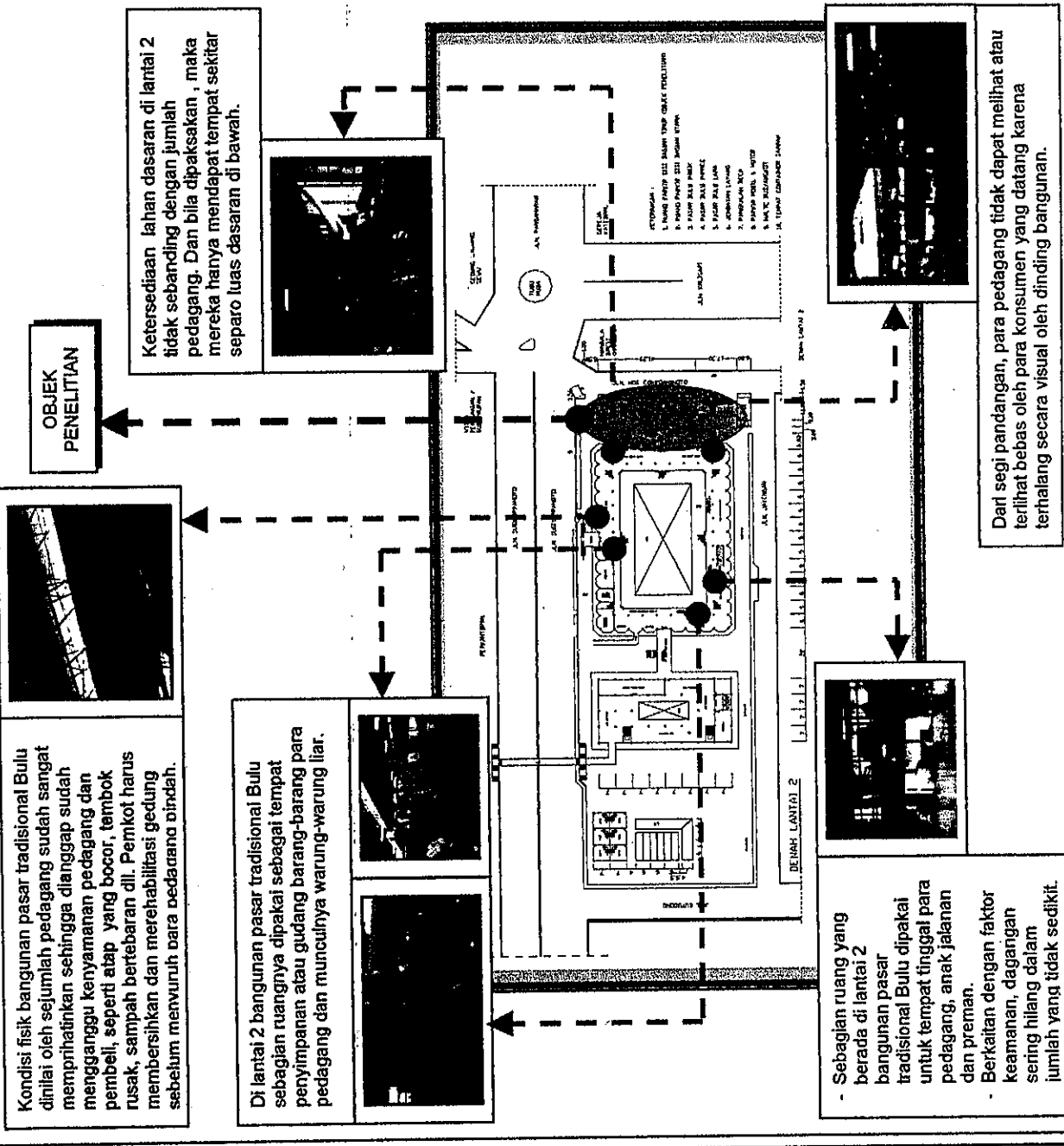


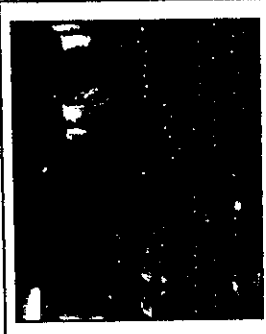
NO  
4.1

SKALA

SUMBER

UTARA







## B. Sosialitas (sociality)

**Tabel IV.10.**  
**Sosialisasi Pedagang**

No	Sosialisasi Pedagang	Jumlah	Prosentase
1	Interaksi/komunikasi sesama pedagang	20	67%
2	Saling menjaga tempat berjualan	4	13%
3	Adanya kesepakatan dalam menempati ruang	6	20%
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100%

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Seting ruang para pedagang berjualan, baik itu sewaktu mereka menempati lantai 2 maupun ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu tidak mempengaruhi sosialitas antar sesama pedagang. Hal ini terbukti, dengan dibentuknya organisasi masyarakat antar sesama pedagang pasar tradisional Bulu sehingga mereka dapat berinteraksi/berkomunikasi bersama.

Sekitar 20 orang atau 67% mayoritas pedagang melakukan komunikasi sesama pedagang, terutama bagi pedagang yang saling berdekatan. Disini jelas sekali terlihat kemampuan seseorang dalam melakukan hubungan sosial dengan sesamanya pada suatu seting. Suatu tingkat dimana orang dapat mengungkapkan dirinya dalam hubungan perilaku sosial dalam hal ini antar sesama para pedagang. Hal lain yang dilakukan selain komunikasi adalah sesama pedagang ada kesepakatan dalam menempati ruang tempat berjualan, misalnya pedagang A

berdekatan dengan pedagang B, pedagang B berdekatan dengan pedagang C dan begitu seterusnya. Saling menjaga tempat berjualan sering juga dilakukan apabila dijumpai seorang pedagang tidak berjualan karena sesuatu keperluan maka pedagang sebelahnya akan memanfaatkan sebagian tempat berjualannya dan sekaligus sebagai upaya menjaga tempat berjualan tersebut agar tidak digunakan oleh orang luar.



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
KONDISI SOSIALISASI PEDAGANG  
DI LANTAI 1, 2 & RUANG PARKIR  
SISI BAGIAN TIMUR PASAR  
TRADISIONAL BULU – SEMARANG

LEGENDA



NO  
4.3

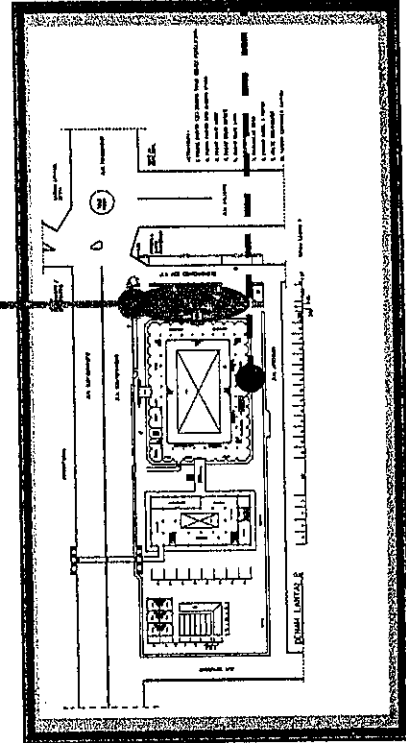
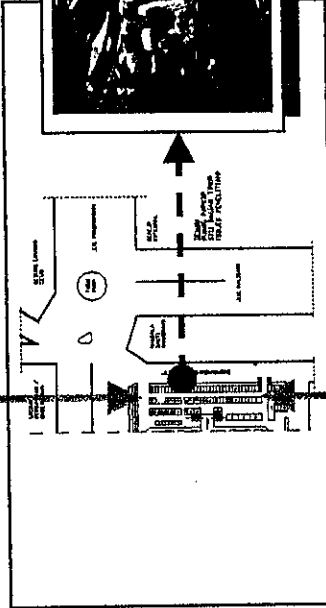
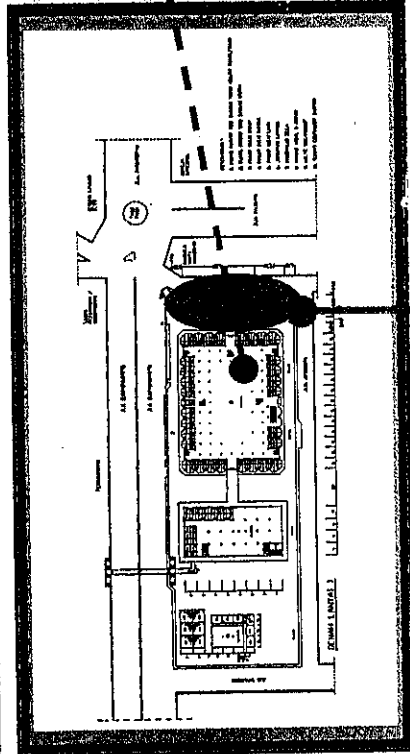
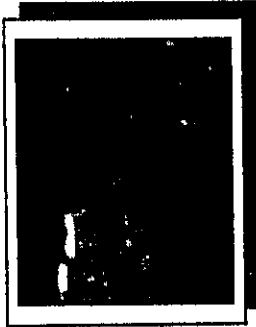
SKALA

SUMBER

UTARA



Pedagang  
dapat  
berinteraksi/ber  
komunikasi  
bersama.  
Terlihat  
kemampuan  
seseorang  
dalam  
melakukan  
hubungan  
sosial dengan  
sesamanya  
pada suatu  
setting. (lantai 1  
& 2 pasar  
tradisional Bulu  
– Semarang)



OBJEK  
PENELITIAN

### C. Legibilitas (legibility)

**Tabel IV.11.**  
**Alasan Keputusan Pedagang Lebih Memilih Berjualan Di**  
**Lahan Parkir Sisi Bagian Timur Dari Pada Di Lantai 2**  
**Pasar Tradisional Bulu**

No	Alasan Keputusan	Jumlah	Prosentase
1	Karena sudah membayar retribusi harian	20	67%
2	Karena sudah membeli atau melakukan ikatan kontrak/sewa dengan Dinas Pasar/oknum tertentu	6	20%
3	Karena merupakan fasilitas umum yang bisa dipakai untuk semua kegiatan	4	13%
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100%

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Legabilitas itu kemampuan suatu lingkungan menciptakan kemudahan bagi seseorang untuk mengenal dan memahami elemen-elemen kunci. Dari definisi tersebut jelas sekali kaitannya dengan hukum atau peraturan-peraturan yang berlaku dalam hal ini, yang terjadi di pasar.

Lemahnya sistem legabilitas di pasar tradisional Bulu dapat terlihat sewaktu para pedagang menempati lantai 2 pasar tradisional Bulu. Pada waktu penataan pedagang dilakukan, terjadi kesulitan karena melibatkan oknum aparat yang berkolusi dengan pedagang. Hal ini disebabkan karena jumlah pedagang tidak sebanding dengan lahan dasar di lantai 2. Sehingga oknum itu terkesan memilih-milih pedagang mana yang bisa menempati lahan dasar tersebut dengan cara oknum mengambil kesempatan dengan menjual lahan

dasaran yang tersedia. Akibatnya aparat tidak bisa tegas dalam menata. Sehingga pedagang yang tidak mendapatkan lahan dasaran sebagian terpaksa berjualan di tangga masuk sebelah timur.

Lama kelamaan, para pedagang yang tidak mendapatkan tempat akhirnya turun ke ruang parkir sisi bagian timur maupun di sebelah utara pasar tradisional Bulu di ikuti oleh pedagang-pedagang yang sudah menempati lahan dasaran di lantai 2. Dengan berbagai macam alasan, salah satunya dagangan mereka tidak laku selama berjualan di lantai 2. Sebagian pedagang juga menganggap ruang parkir bisa dimanfaatkan sebagai fasilitas umum yang bisa dipergunakan untuk berbagai macam aktivitas.

Ketika menempati lahan parkir, mereka mengeluarkan sejumlah uang untuk sewa lahan. Dengan ditariknya retribusi bagi para pedagang yang menempati ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu sebanyak 20 orang atau 67%, mengakibatkan para pedagang menganggap menempati ruang tersebut sebagai suatu yang legalitas. Dalam menempati ruang parkir sisi bagian timur tidak ada semacam ikatan kontrak/sewa dengan Dinas Pasar. Setiap hari pedagang mengeluarkan uang Rp. 6.000 untuk membayar berbagai iuran. Mulai dari uang parkir sebagai tanda mereka diperbolehkan berjualan di lokasi tersebut sebesar Rp.

1.500 perhari, uang sampah sebesar Rp. 500 perhari, uang retribusi, sampai uang keamanan. Belum lagi uang untuk membayar listrik sebesar Rp. 15.000 – Rp. 17.000 perbulan, dan iuran PMI (Palang Merah Indonesia) sebesar Rp. 1.000 perbulan.

#### D. Aksesibilitas (accessibility)

**Tabel IV.12.**  
**Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang**  
**Memilih Tempat Berjualan**

No	Tempat Berjualan	Jumlah	Prosentase
1	Dekat dengan arus pejalan kaki	8	26%
2	Dekat dengan arus lalu lintas dan akses jalur transportasi umum	20	67%
3	Dekat dengan jalan ke luar atau jalan masuk pasar	2	7%
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100%

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Faktor yang paling banyak mendorong pedagang untuk memilih tempat berjualan selalu dihubungkan dengan kemudahan dekat dengan arus lalu lintas dan akses jalur transportasi umum. Sekitar 20 orang atau 67% yang menyatakan bahwa sangatlah menguntungkan bagi mereka untuk berinteraksi dengan konsumen yang mempergunakan lalu lintas dan transportasi umum. Ruang parkir sisi bagian timur merupakan suatu ruang yang dapat memberikan keuntungan. Walaupun tidak menutup kemungkinan bahwa kehadiran mereka justru mulai mengakuisisi jalur untuk pengunjung yang berjalan kaki dan lahan parkir itu sendiri,

sehingga dapat menimbulkan kemacetan yang mengganggu semua pengguna jalan tersebut.

Berbeda sekali sewaktu mereka menempati lantai 2 pasar tradisional Bulu, dimana posisi mereka saat itu boleh dikatakan jauh dari aksesibilitas yang dibutuhkan oleh para pedagang. Salah satu contohnya adalah tempat bongkar muat yang letaknya berada di lantai dasar jaraknya jauh dari tempat mereka berjualan. Sehingga pedagang kesulitan membawa barang dagangannya ke lantai 2 pasar tradisional Bulu. Begitu juga dengan pembeli yang enggan naik ke lantai 2 pasar tradisional Bulu, karena merasa kesulitan membawa barang belanjaan cukup banyak ke tempat parkir yang berada di lantai 1.

Kemudahan diperoleh justru ketika mereka pindah ke ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu, yang mana posisi ruang tersebut dekat dengan akses arus lalu lintas dan akses jalur transportasi umum yaitu tempatnya cenderung sangat sangat strategis, letaknya memudahkan untuk dijangkau dari semua arah. Posisi tempat berjualan ini sangat menguntungkan dari segi penjualan sehingga secara langsung maupun tidak langsung memberikan dampak positif bagi para pedagang, dimana hasil penjualan mereka cenderung mengalami kenaikan. Jelas terlihat peranan aksesibilitas pada sebuah pasar sangatlah penting

karena merupakan kemudahan bergerak melalui dan menggunakan lingkungan.

Selain itu pola perilaku masyarakat pembeli yang ingin lebih cepat dan mudah berbelanja pada pedagang di luar areal pasar, juga ikut andil menimbulkan kesemrawutan dalam penataan para pedagang.



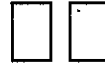


MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
KONDISI AKSESIBILITAS DI LANTAI  
1 & RUANG PARKIR SISI BAGIAN  
UTARA, TIMUR PASAR  
TRADISIONAL BULU – SEMARANG

LEGENDA



NO  
4.4

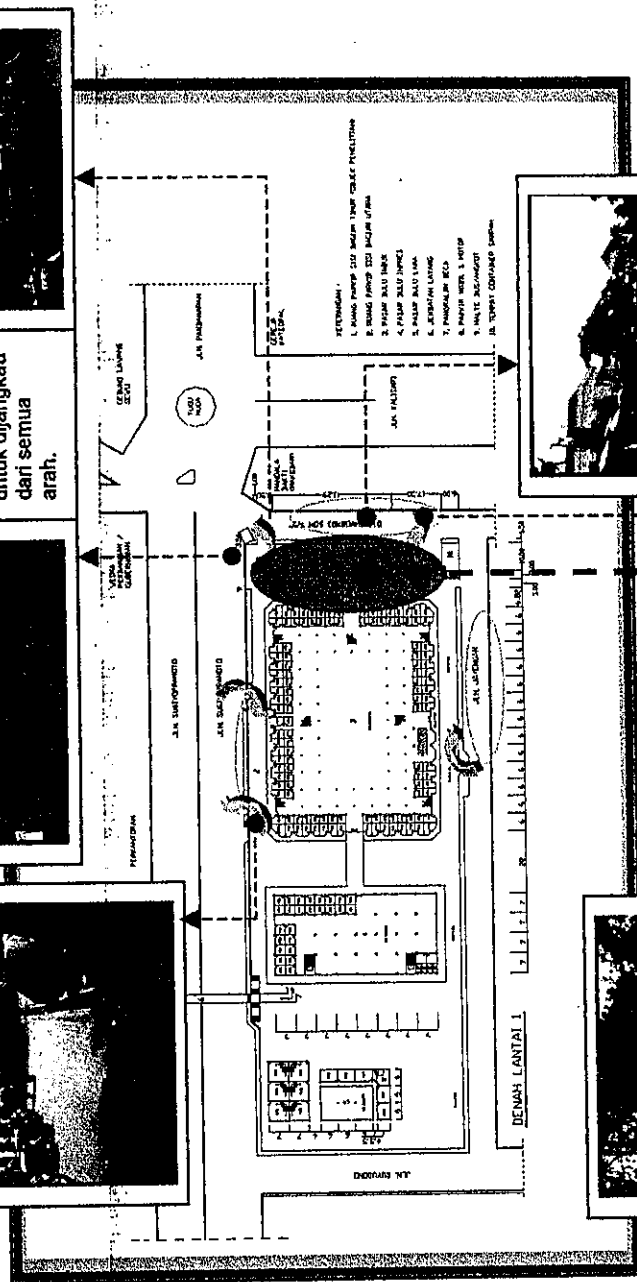
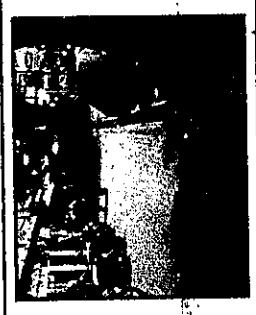
SKALA

UTARA

Dekat dengan  
arus lalu lintas  
dan akses jalur  
transportasi  
umum (bis,  
angkot, beca)  
Posisinya  
sangat strategis,  
letaknya  
memudahkan  
untuk dijangkau  
dari semua  
arah.



Dekat dengan tempat parkir  
kendaraan roda 4 & 2 pada  
sisi bagian utara pasar  
tradisional Bulu – Semarang



OBJEK  
PENELITIAN



Dekat dengan arus pejalan  
kaki

Dekat dengan tempat parkir kendaraan roda 4 &  
2 pada sisi bagian timur pasar tradisional Bulu –  
Semarang  
Tidak jauh membawa barang dagangan dari  
bongkar muat ke lokasi penjualan



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
KONDISI AKSESIBILITAS DI LANTAI  
2 PASAR TRADISIONAL BULU -  
SEMARANG

LEGENDA



NO  
4.5

SKALA

SUMBER

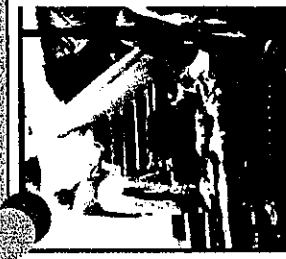
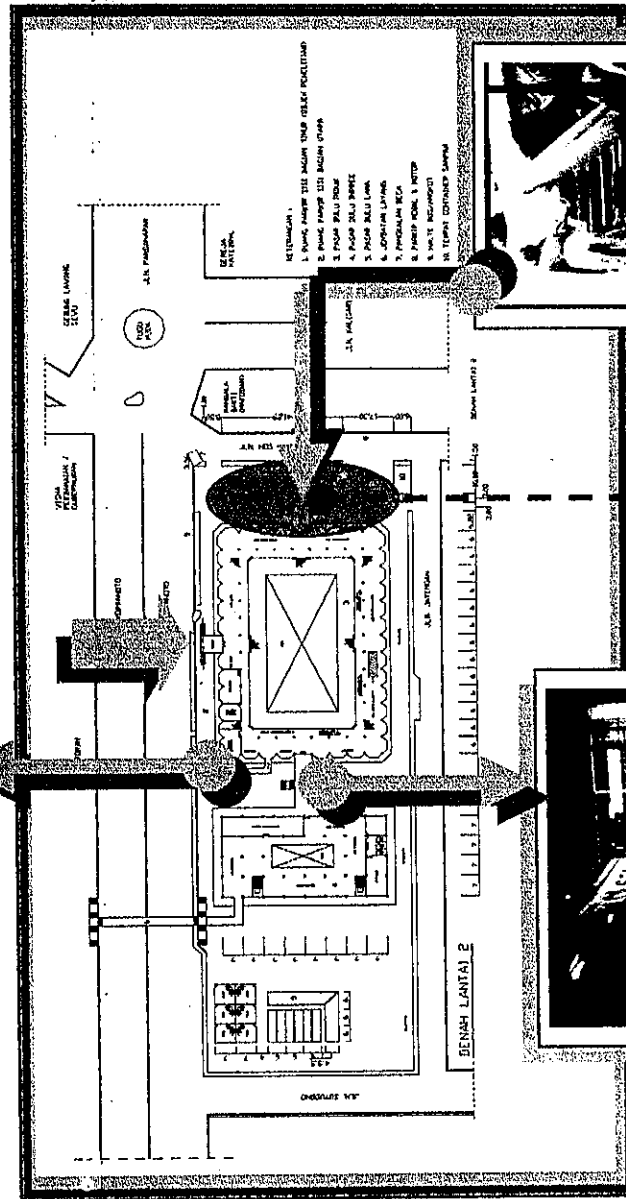
UTARA



Menempati lantai 2 pasar tradisional Bulu, dimana posisi mereka saat itu boleh dikatakan jauh dari aksesibilitas yang dibutuhkan oleh para pedagang. Salah satu contohnya adalah tempat bongkar muat yang letaknya berada di lantai dasar jaraknya jauh dari tempat mereka berjualan. Sehingga pedagang kesulitan membawa barang dagangannya ke lantai 2 pasar tradisional Bulu. Terhalang jauh dengan arus lalu lintas dan akses jalur transportasi umum, dengan arus pejalan kaki dan dengan jalan ke luar atau jalan masuk pasar



Ramp menuju ruang parkir  
roda 2 di lantai 2 pasar  
tradisional Bulu - Semarang



Tangga utama menuju  
lantai 2 pasar tradisional  
Bulu - Semarang

OBJEK  
PENELITIAN



Tangga belakang menuju lantai 2  
pasar tradisional Bulu - Semarang

## E. Adaptabilitas (adaptability)

**Tabel IV.13.**  
**Cara Beradaptasi Pedagang Dalam Menempati**  
**Tempat Berdagang Di Pasar Tradisional Bulu**

No	Cara Beradaptasi	Jumlah	Prosentase
1	Mengikuti peraturan-peraturan yang telah disepakati bersama	4	13%
2	Mengubah diri anda agar sesuai dengan lingkungan yang sekarang	6	20%
3	Mengubah lingkungan yang sekarang agar sesuai dengan diri anda	20	67%
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100%

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Sulitnya para pedagang beradaptasi dengan lingkungan yang berada dilantai 2 pasar tradisional Bulu , mengakibatkan mereka turun ke ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu. Keadaan lingkungan ditempat tersebut sudah tidak bisa ditolelir karena sudah mengakibatkan kerugian dari segi penjualan. Mayoritas 67% pedagang memiliki pola adaptasi yang cenderung mengubah lingkungan yang sekarang agar sesuai dengan dirinya sendiri. Karena mereka tidak bisa merubah lingkungan di lantai 2 pasar tradisional Bulu sesuai dengan keinginannya itulah maka muncullah ruang yang tidak direncanakan tetapi muncul ruang karena perilaku pedagang, yaitu ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu yang mereka gunakan untuk berdagang merupakan gambaran fenomena yang menunjukkan adanya

interaksi yang terjadi antara arsitektur sebagai hasil desain dan interpretasi aktivitas pedagang yang berbeda sebagai pengguna.



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
KONDISI LANTAI 2 PASAR  
TRADISIONAL BULU

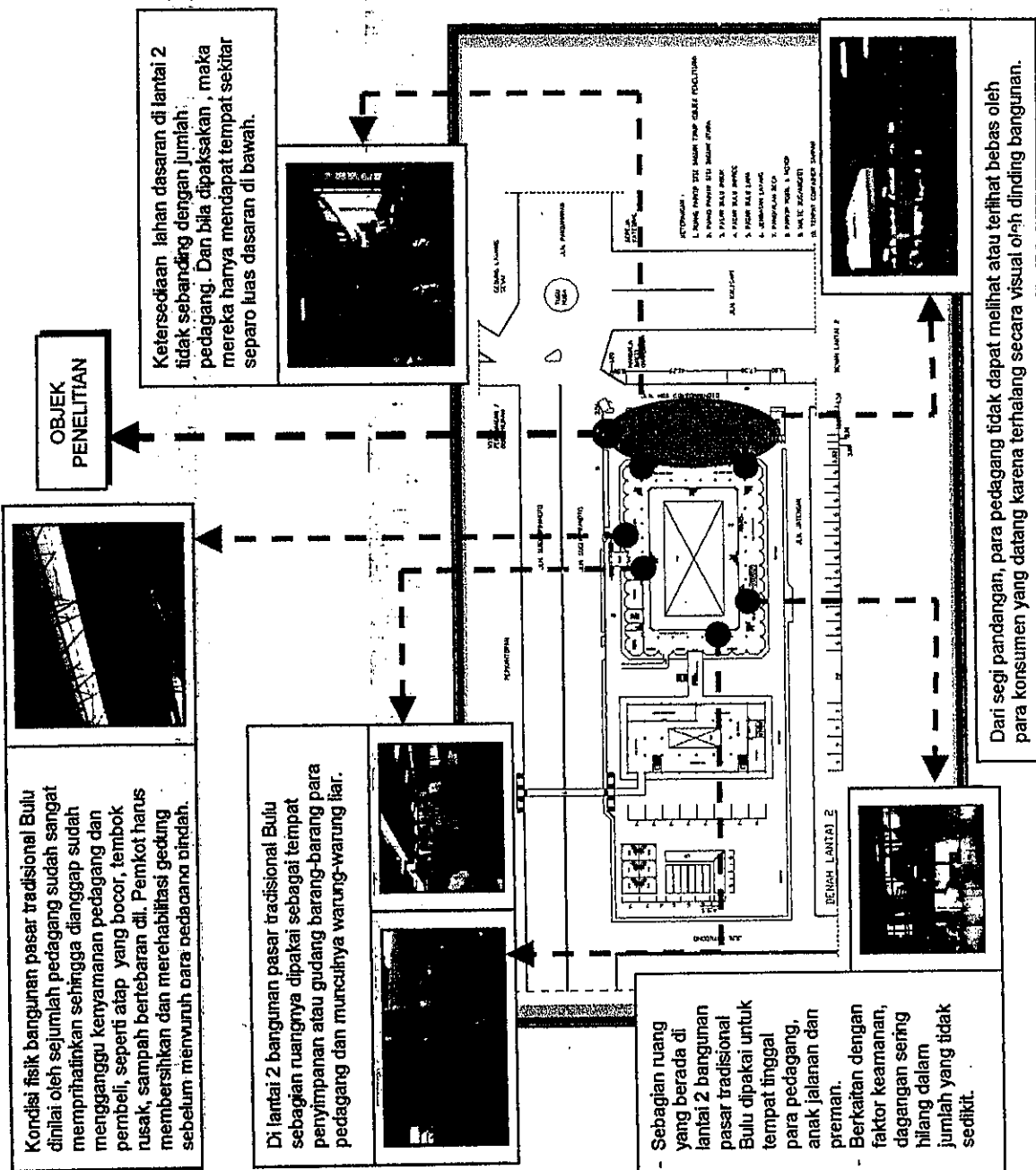
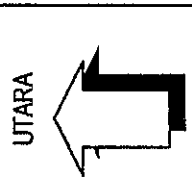
LEGENDA



SKALA

NO  
4.6

SUMBER



Kondisi fisik bangunan pasar tradisional Bulu dinilai oleh sejumlah pedagang sudah sangat memperhatikan sehingga dianggap sudah mengganggu kenyamanan pedagang dan pembeli, seperti atap yang bocor, tembok rusak, sampah bertebaran dll. Pemkot harus membersihkan dan merehabilitasi gedung sebelum menaruh para pedagang pindah.

Di lantai 2 bangunan pasar tradisional Bulu sebagian ruangnya dipakai sebagai tempat penyimpanan atau gudang barang-barang para pedagang dan munculnya warung-warung liar.

- Sebagian ruang yang berada di lantai 2 bangunan pasar tradisional Bulu dipakai untuk tempat tinggal para pedagang, anak jalanan dan preman.  
- Berkaitan dengan faktor keamanan, dagangan sering hilang dalam jumlah yang tidak sedikit.

Dari segi pandangan, para pedagang tidak dapat melihat atau terlihat bebas oleh para konsumen yang datang karena terhalang secara visual oleh dinding bangunan.

Kondisi lingkungan ditempat tersebut sudah tidak bisa ditolerir karena sudah mengakibatkan kerugian dari segi penjualan. Sulitnya para pedagang beradaptasi dengan lingkungan yang berada dilantai 2 pasar tradisional Bulu, mengakibatkan mereka turun ke ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu.



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

# TESIS

KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
ADAPTASI PEDAGANG DIRUANG  
PARKIR SISI BAGIAN TIMUR PASAR  
TRADISIONAL BULU – SEMARANG

## LEGENDA



NO  
4.7

SKALA

UTARA

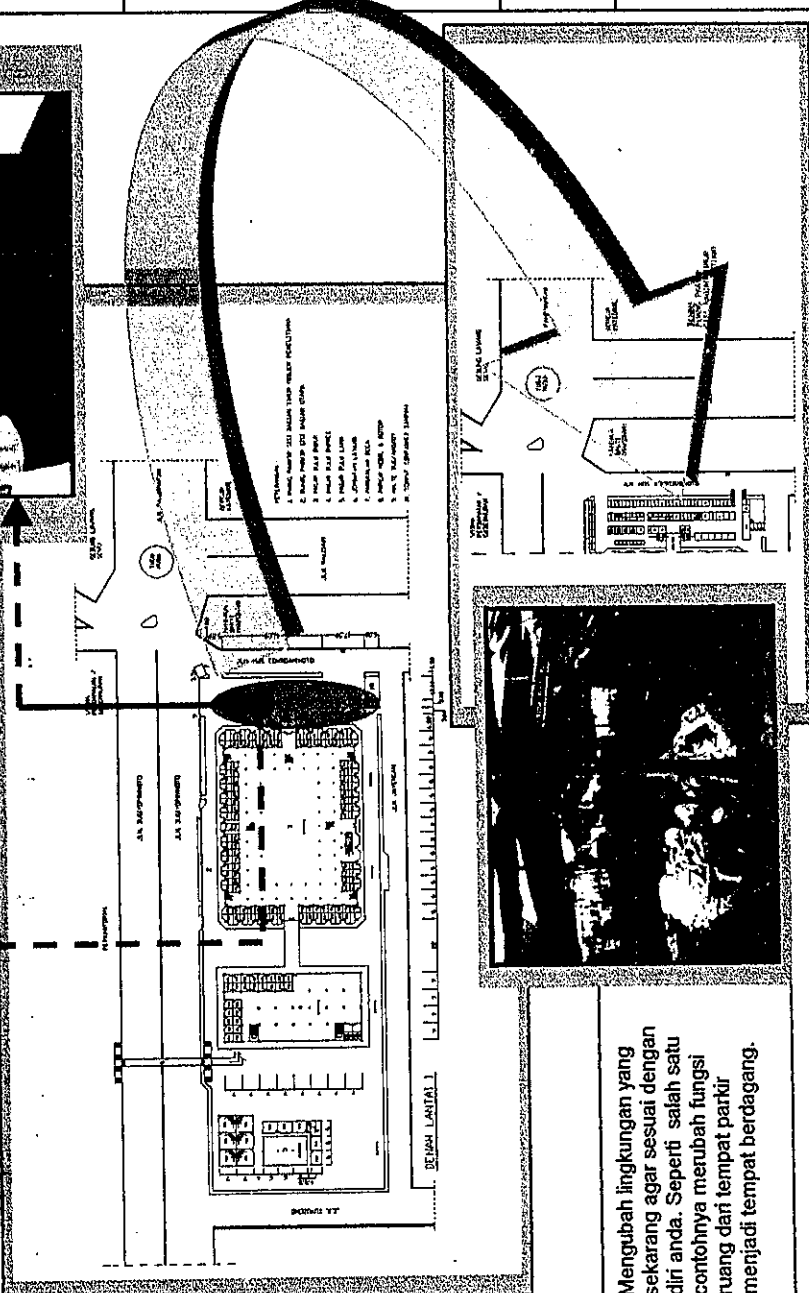


SUMBER

Mengikuti peraturan-peraturan yang telah  
disepakati bersama.  
Seperti salah satu contohnya dalam menempati  
lahan parkir sesuai dengan kesepakatan  
bersama



Mengubah diri anda agar sesuai dengan lingkungan yang  
sekarang. Seperti salah satu contohnya mendirikan tenda  
tenda agar tidak kepanasan & kehausan.



Mengubah lingkungan yang  
sekarang agar sesuai dengan  
diri anda. Seperti salah satu  
contohnya merubah fungsi  
ruang dari tempat parkir  
menjadi tempat berdagang.



## F. Rangsangan inderawi (sensory stimulation)

**Tabel IV.14.**  
**Faktor- Faktor Menentukan Tempat Berjualan**  
**Berdasarkan Rangsangan Inderawi Yang Diinginkan Pedagang**

No	Tempat Berjualan	Jumlah	Prosentase
1	Kebersihan	15	50%
2	Aroma (bau-bauan)	5	17%
3	Keamanan	10	33%
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100%

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Rangsangan inderawi merupakan salah satu penyebab dalam menentukan tempat berjualan. Bagi 15 orang atau 50% pedagang menyatakan pertimbangan yang paling penting dalam menentukan tempat berjualan berdasarkan rangsangan inderawi adalah kebersihan. Hal tersebut mencakup masalah kepuasan batin dan panca indera, hingga rasa nyaman dapat diperoleh. Menurut mereka sesuatu yang bersih dapat menambah daya tarik lokasi, juga menambah rasa nyaman karena bebas dari kotoran sampah dan bau-bauan yang tidak menyenangkan. Untuk memenuhi hal tersebut telah disediakan bak sampah serta tempat pembuangannya.

33% pedagang menyatakan keamanan merupakan masalah yang penting, karena ini dapat mengganggu dan menghambat aktivitas yang dilakukan. Pengertian dari keamanan bukan saja mencakup segi kejahatan (kriminal), tapi juga termasuk kekuatan konstruksi

baik dari segi bangunan itu sendiri maupun dari elemen lansekap seperti kejelasan fungsi.

17% pedagang menyatakan aroma (bau-bauan) sebagai salah satu faktor penentu mereka menentukan tempat berjualan. Aroma (bau-bauan) terutama pada daerah dekat dengan pembuangan sampah maka bau tidak enak akan tercium oleh orang yang melaluinya. Untuk mengurangi hal tersebut, maka sumber bau itu dilokalisasi dan ditempatkan pada area tertutup dari pandangan visual.

Dengan adanya kualitas dan intensitas rangsangan sebagai pengalaman yang dirasakan oleh indera manusia secara terus menerus menyebabkan terbentuknya rangsangan inderawi dalam menentukan tempat untuk berjualan bagi para pedagang.

Pengaplikasian rangsangan inderawi dalam bentuk faktor-faktor penentuan tempat mereka berjualan belum semuanya dapat terwujud baik itu di lantai 1, 2 maupun ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu Semarang.



UTARA  
SUMBER

**Kebersihan**  
Disatu sisi ada yang sudah sadar akan kebersihan, tetapi disisi lain masih ada yang membuang sampah seenaknya

**Keamanan**  
Boleh dikatakan sudah cukup aman karena sering kali melibatkan kelompok-kelompok yang menawarkan beking kepada pedagang dengan imbalan jasa

**Aroma (bau-bauan)**  
Tempat sampah yang disediakan terkadang tidak dapat menampung jumlah sampah yang dihasilkan oleh pengguna pasar. Akibatnya sering terjadi sampah berserakan dan menimbulkan bau tidak sedap.



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
KEADAAN DI LANTAI 2 PASAR  
TRADISIONAL BULU  
BERDASARKAN  
RANGSANGAN INDERAWI

LEGENDA



NO  
4.9

SKALA

SUMBER

UTARA



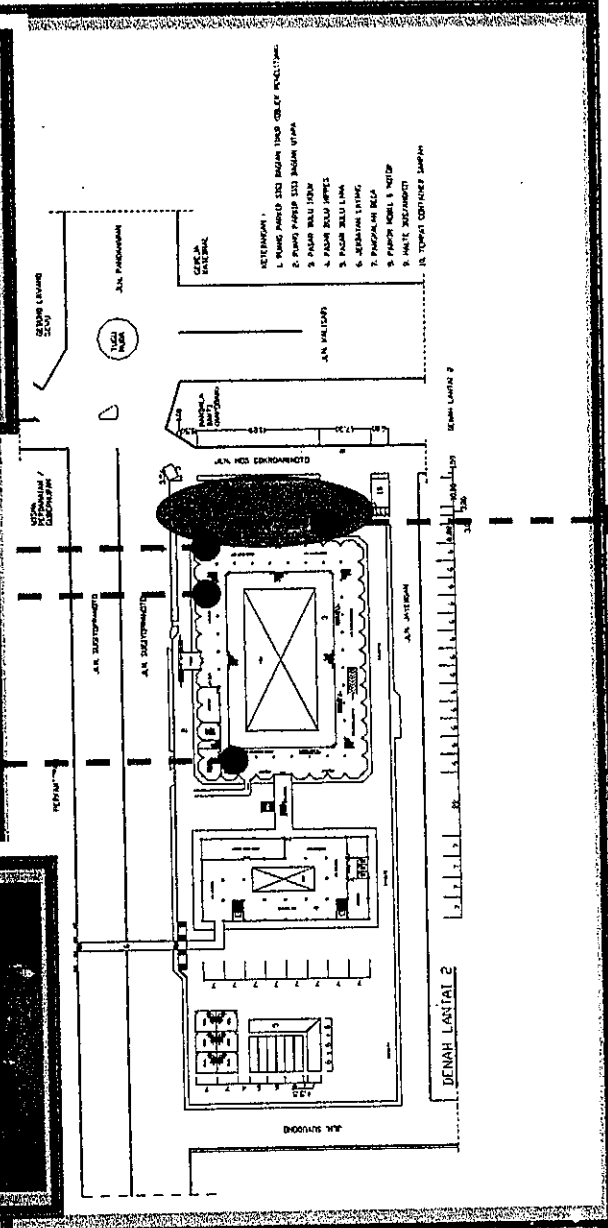
**Kemamanan**  
Dagangan sering  
hilang dalam jumlah  
yang tidak sedikit.  
Juga masalah  
kekuatan konstruksi  
bangunan itu sendiri.  
Di tempat ini sudah  
terjadi kebocoran  
beton maupun atap.



**Kebersihan**  
Sangat kotor hal ini disebabkan  
karena lantai 2 dijadikan tempat  
penyimpanan atau gudang  
barang-barang para pedagang  
dan banyaknya penginapan &  
warung-warung liar yang  
membuang sampah sekenanya.



**Aroma (bau-bauan)**  
Sampah berserakan dan menimbulkan  
bau tidak sedap.



OBJEK PENELITIAN

## G. Aktivitas (activity)

**Tabel IV.15.**  
**Pendekatan Ruang Yang Menunjang Berjualan**

No	Pendekatan Ruang	Jumlah	Prosentase
1	Pendekatan ekologis : ruang sebagai satu kesatuan ekosistem, dimana komponen-komponen ruang saling terkait dan berpengaruh secara mekanistik.	-	-
2	Pendekatan ekonomi dan fungsional : ruang sebagai wadah fungsional berbagai kegiatan, dimana faktor jarak atau lokasi menjadi penting.	30	100%
3	Pendekatan sosial – politik : ruang tidak sebagai sarana produksi akan tetapi juga sebagai sarana untuk mengakumulasi <i>power</i> atau penguasaan ruang.	-	-
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100%

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Istilah “ruang – aktivitas” sangat erat hubungannya karena ruang menyediakan sarana untuk berbagai aktivitas, dalam hal ini aktivitas para pedagang. Aktivitas pedagang merupakan masukan yang sangat menarik bagi arsitek ataupun perancang lingkungan, baik untuk rancangan fasilitas sejenis maupun untuk penataan ulang fasilitas yang bersangkutan.

Sebanyak 100% pedagang memilih pendekatan ekonomi dan fungsional (functional /economical approach) sebagai faktor utama pendekatan ruang yang diinginkan para pedagang. Dimana pengertian ruang disini secara luas sebagai wadah fungsional yang dapat memberikan kemudahan aktivitas pedagang dalam melakukan transaksi (berjual beli), dimana faktor jarak atau lokasi

menjadi penting. Misalnya salah satu contoh aktivitas bongkar muat yang dilakukan oleh pedagang akan terasa sangat jauh dengan lokasi mereka berjualan pada waktu menempati lantai 2 pasar tradisional Bulu. Akan tetapi berbeda halnya sewaktu mereka telah pindah ke ruang parkir sisi bagian timur, dimana mereka menemukan kemudahan antara jarak dan lokasi.

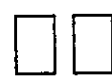


MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
PENDEKATAN RUANG  
BERDASARKAN AKTIVITAS PASAR  
TRADISIONAL BULU - SEMARANG

LEGENDA



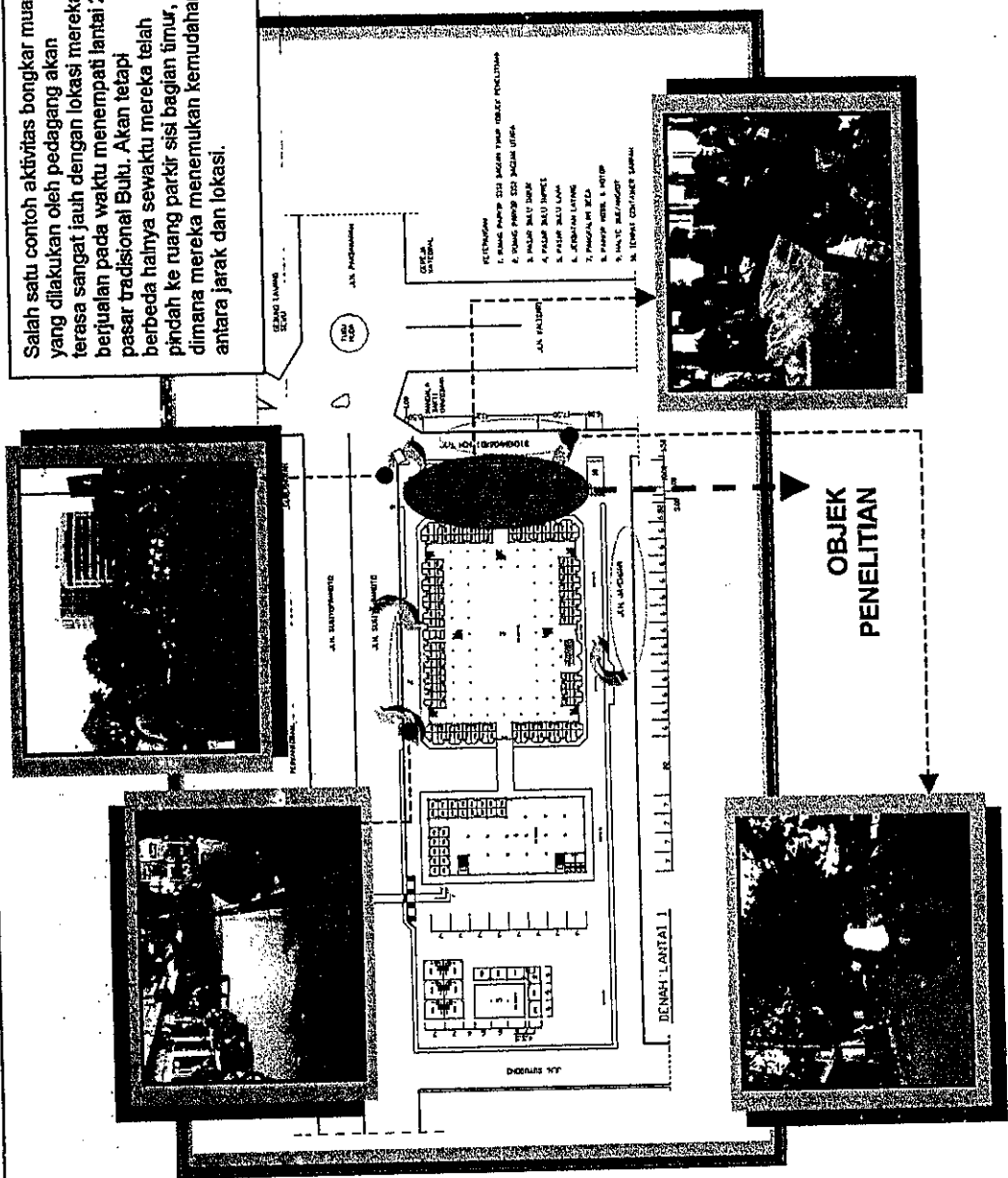
NO  
4.10

SKALA

UTARA

Pendekatan ekonomi dan fungsional (functional /economical approach) sebagai faktor utama pendekatan ruang yang diinginkan para pedagang. Dimana pengertian ruang disini secara luas sebagai wadah fungsional yang dapat memberikan kemudahan aktivitas pedagang dalam melakukan transaksi (berjual beli), dimana faktor jarak atau lokasi menjadi penting.

Salah satu contoh aktivitas bongkar muat yang dilakukan oleh pedagang akan terasa sangat jauh dengan lokasi mereka berjualan pada waktu menempati lantai 2 pasar tradisional Bulu. Akan tetapi berbeda halnya sewaktu mereka telah pindah ke ruang parkir sisi bagian timur, dimana mereka menemukan kemudahan antara jarak dan lokasi.



## H. Kontrol (control)

**Tabel IV.16.**  
**Bentuk Batasan/Pengaturan Tempat Berjualan**

No	Batasan/Pengaturan	Jumlah	Prosentase
1	Menggunakan alat bantu berjualan	4	13%
2	Pengaturan barang-barang dagangan	6	20%
3	Membuat gelaran, dasaran tanpa dinding	20	67%
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100%

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Kondisi suatu lingkungan pasar untuk mewujudkan personalitas dan menciptakan teritori suatu ruang, salah satunya dengan cara pengaturan tempat berjualan. Sebagian besar responden, yaitu 20 orang atau 67% membatasi ruang yang ditempatinya dengan menggunakan alat bantu berjualan seperti menggunakan kotak kayu atau meja kadang menggunakan bakul yang diletakkan di depannya. Ada juga yang diwujudkan dalam bentuk pengaturan tempat berjualan, biasanya dilakukan oleh pedagang yang berjualan dalam jumlah banyak. Selain itu, mengatur barang alat/barang dagangannya juga salah satu usaha untuk membatasi area jualannya. Terkadang pedagang juga secara sengaja menempati tempat yang memiliki batas yang berada dibelakangnya berupa kolom atau dinding.

Tipe pedagang yang menempati ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu adalah pedagang yang menempati petak permanen di luar bangunan induk atau menempati petak semi

permanen. Selain itu terdapat pula pedagang yang menempati diantara petak tersebut serta pedagang yang menggelar dagangannya di luar bangunan pasar.

Pengaplikasian kontrol dalam bentuk batasan/pengaturan tempat berjualan sudah terwujud baik itu di lantai 1, 2 maupun ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu Semarang.



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS

KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
KONTROL DALAM BENTUK  
BATASAN PENGATURAN TEMPAT  
BERJUALAN DI LANTAI 1 & 2, RUANG  
PARKIR SISI BAGIAN TIMUR PASAR  
TRADISIONAL BULU - SEMARANG

LEGENDA



NO  
4.11

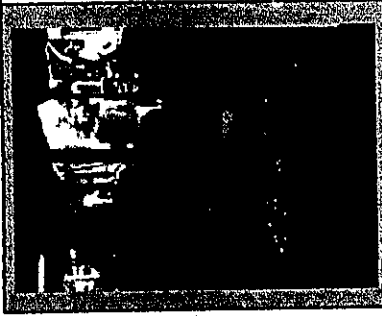
SKALA

SUMBER

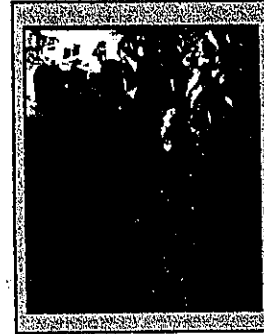
UTARA



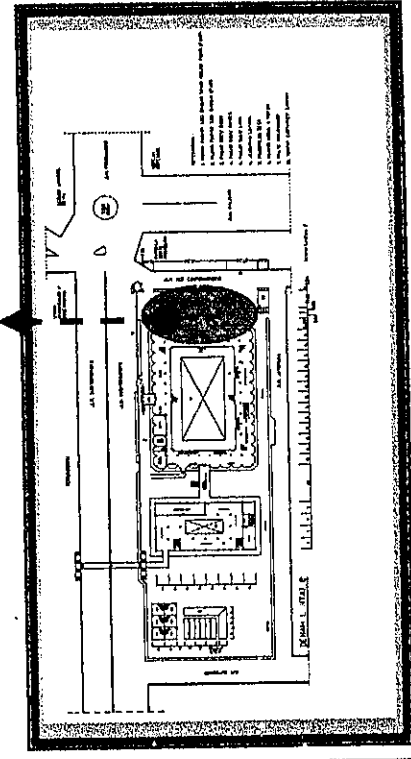
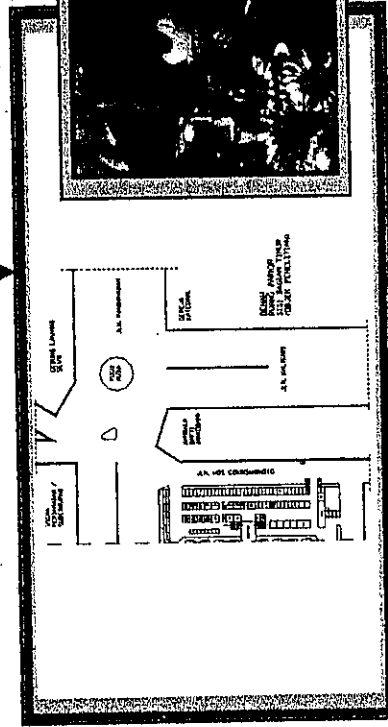
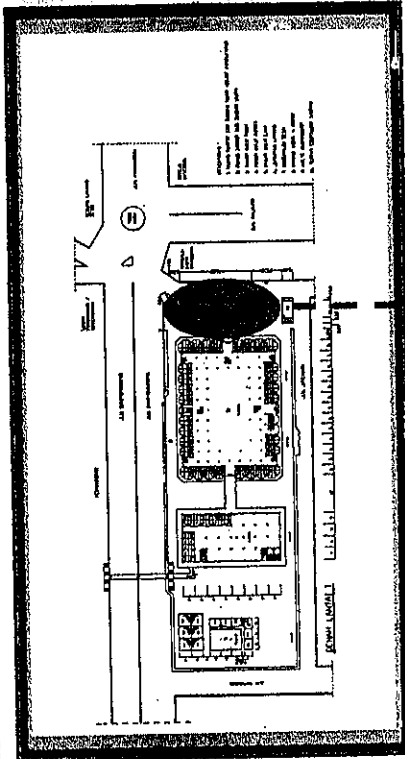
Membatasi ruang  
yang ditempatinya  
dengan  
menggunakan alat  
bantu penjualan  
seperti  
menggunakan  
kotak kayu atau  
meja kadang  
menggunakan  
bakul yang  
diletakkan di  
depannya.



Bentuk pengaturan tempat penjualan,  
biasanya dilakukan oleh pedagang  
yang penjualan dalam jumlah banyak.  
Selain itu, pengaturan barang  
alat/barang dagangannya juga salah  
satu usaha untuk membatasi area  
jualannya. Terkadang pedagang juga  
secara sengaja menempati tempat  
yang memiliki batas yang berada  
dibelakangnya berupa kolom atau  
dinding.



Membuat gelaran, dasaran  
tanpa dinding





## I. Makna (meaning)

**Tabel IV.17.**  
**Pengertian Pasar Tradisional Menurut Pedagang**

No	Definisi	Jumlah	Prosentase
1	Tempat tertentu dan tetap bagi pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan aktivitas perdagangan atau transaksi jual beli barang dan jasa	8	27%
2	Tempat berkumpulnya masyarakat untuk menjual dan membeli sesuatu, terutama yang berhubungan dengan kebutuhan sehari-hari	2	6%
3	Tempat orang berjual beli, dimana dalam melakukan aktivitas jual beli antara pedagang dan pembeli masih berpegang pada norma dan kebiasaan yang ada secara turun temurun, seperti bertemunya pedagang dan pembeli dalam aktivitas jual beli dan terjadinya kegiatan tawar menawar sehingga komunikasi sosial sesama pedagang, serta antara pedagang dan pembeli masih bisa dimungkinkan.	20	67%
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100%

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Makna dari sebuah pasar merupakan salah satu persyaratan pendukung yang dapat meningkatkan kualitas dari suatu ruang. Secara tidak langsung makna memberikan sebuah arti bagi suatu tempat berlangsungnya aktivitas.

Berdasarkan ilmu ekonomi dalam arti terbatas, pasar adalah tempat tertentu dan tetap bagi pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan aktivitas perdagangan atau transaksi jual beli barang dan jasa. Pasar muncul disebabkan oleh kebutuhan manusia yang makin beragam sementara mereka tidak dapat mencukupi kebutuhannya sendiri karena barang-barang tersebut

tidak terdapat disekitar mereka atau karena mereka tidak memilikinya, kemudian seiring dengan perkembangan sosial, ekonomi, budaya dan teknologi, dibutuhkan suatu tempat yang dapat mewadahi aktivitas jual beli yang dinamakan pasar. Mayoritas pendapat pedagang sebanyak 67% dapat disimpulkan bahwa pasar tidak hanya sebagai tempat jual beli semata tetapi disini ada kemampuan suatu lingkungan menyajikan makna-makna individual atau kebudayaan bagi manusia secara keseluruhan.

#### J. Kesesakan (crowdedness)

**Tabel IV.18.**  
**Harapan Pedagang Dalam Penataan Ruang Berdasarkan Faktor Dari Segi Kesesakan**

No	Harapan	Jumlah	Prosentase
1	Penataan ruang yang menyediakan lebih banyak ruang	10	33%
2	Penataan ruang yang memberi peluang bagi pedagang untuk membagi ruangnya	15	50%
3	Penataan ruang yang memberikan kesempatan dan tempat untuk dapat bertemu dan berinteraksi dengan nyaman	5	17%
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100%

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Kesesakan yang terjadi pada pasar jika ada gangguan atau hambatan tertentu dalam interaksi sosial atau dalam usaha pencapaian suatu tujuan. Contohnya, hampir sebagian besar pedagang sebanyak 50% mengatakan bahwa selama menempati lantai 2 pasar tradisional Bulu terdapat kurangnya ketersediaan

tempat dasaran yang tidak sebanding dengan pedagang yang ada sehingga mereka harus berkompetisi untuk mendapatkan tempat berjualan tersebut.

Pendapat tersebut tidak semuanya benar. Kalau saja pedagang mau ditata dengan baik dan teratur sesuai dengan tempat-tempat yang memang sudah disediakan dan tidak serakah, apalagi ditunjang dengan kesediaan Dinas Pasar setempat untuk membongkar bangunan-bangunan liar yang berada di lantai 2 tersebut agar penataan ruang yang diinginkan para pedagang bisa tercapai.

Kesesakan juga dapat timbul bukan hanya persepsi terhadap kepadatan dalam artian jumlah manusia tetapi kesesakan juga bisa merupakan perasaan terhadap kepadatan atau perasaan sumpek dan semrawut di dalam suatu lingkungan yang terjadi karena disebabkan oleh bangunannya itu sendiri.

Kerusakan yang terjadi pada lantai 2 tersebut, saat ini dianggap sudah sangat mengganggu kenyamanan pedagang dan pembeli, seperti atap beton yang bocor, tembok rusak dan lain-lain. Dinas pasar dituntut untuk merehabilitasi gedung sebelum menyuruh para pedagang pindah ke tempat semula. Sehingga penataan ruang yang memberikan kesempatan dan tempat untuk dapat bertemu dan berinteraksi dengan nyaman dapat terwujud.



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
KESESAKAN (CROWDEDNESS)  
DI LANTAI 2 PASAR TRADISIONAL  
BULU - SEMARANG

LEGENDA

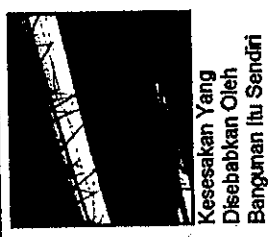
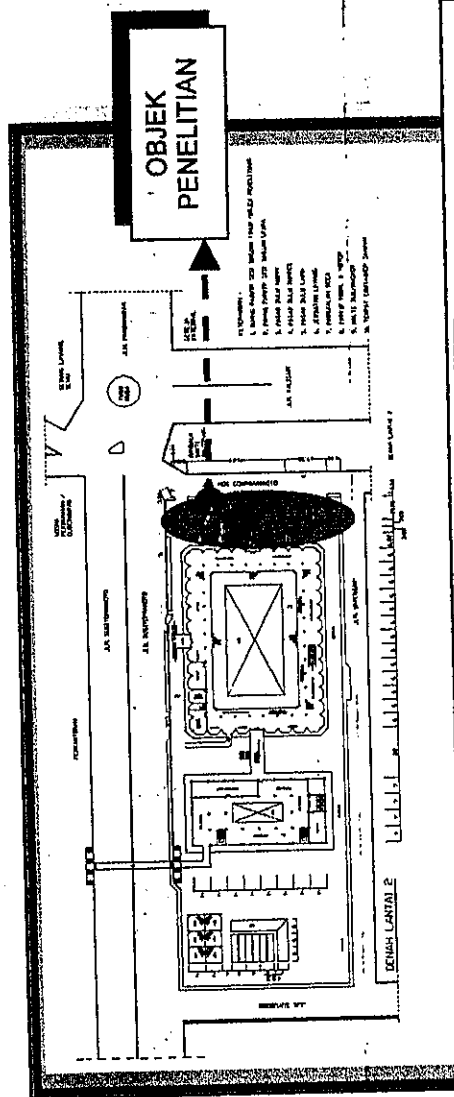


NO  
4.12

SKALA

SUMBER

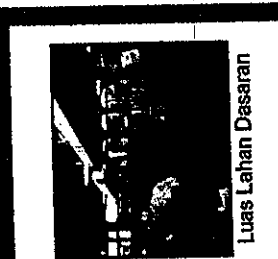
UTARA



Kesesakan Yang  
Disebabkan Oleh  
Bangunan Itu Sendiri



Bangunan Liar Yang  
Telah Dibongkar Dinas  
Pasar



Luas Lahan Dasar



Jumlah Pedagang

Menempati lantai 2 pasar tradisional Bulu terdapat kurangnya ketersediaan tempat dasaran yang tidak sebanding dengan pedagang yang ada sehingga mereka harus berkompetisi untuk mendapatkan tempat berjualan tersebut. Pedagang yang ada tersebut tidak semuanya benar. Kalau saja pedagang mau ditata dengan baik dan teratur sesuai dengan tempat-tempat yang memang sudah disediakan dan tidak serakah, apalagi ditunjang dengan kesediaan Dinas Pasar setempat untuk membongkar bangunan-bangunan liar yang berada di lantai 2 tersebut agar penataan ruang yang diinginkan para pedagang bisa tercapai. Kesesakan juga dapat timbul bukan hanya persepsi terhadap kepadatan dalam artian jumlah manusia tetapi kesesakan juga bisa merupakan perasaan terhadap kepadatan atau perasaan sumpek dan semrawut di dalam suatu lingkungan yang terjadi karena disebabkan oleh bangunan itu sendiri. Kerusakan yang terjadi pada lantai 2 tersebut, saat ini dianggap sudah sangat mengganggu kenyamanan pedagang dan pembeli, seperti atap beton yang bocor, tembok rusak dan lain-lain.



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
PEMBAGIAN DASARAN RUANG PARKIR SISI  
BAGIAN TIMUR PASAR TRADISIONAL BULU  
YANG DIINGINKAN OLEH PEDAGANG YANG  
BERHUBUNGAN DENGAN  
KESESAKAN (CROWDEDNESS)

LEGENDA

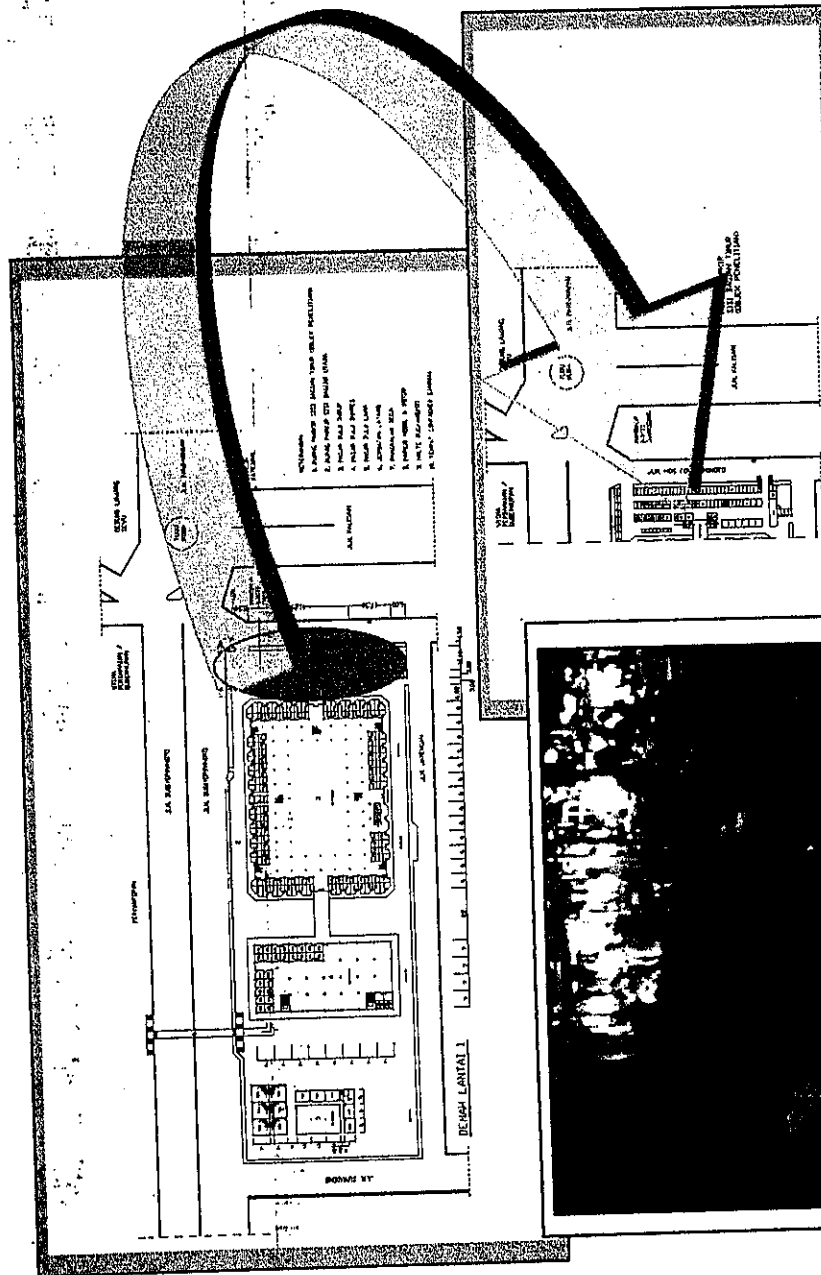


NO.  
4.13

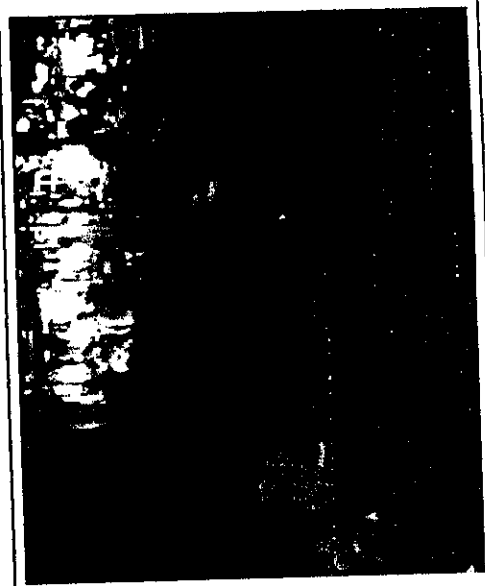
SKALA

SUMBER

UTARA



Penataan ruang yang memberi peluang bagi pedagang untuk membagi ruangnya dapat mereka temui di ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu - Semarang



## K. Privasi (privacy)

**Tabel IV.19.**  
**Harapan Pedagang Menempati Ruang Berdasarkan Faktor Privasi**

No	Harapan	Jumlah	Prosentase
1	Penataan ruang yang memberikan keleluasaan kontak sosial, baik antar pedagang maupun dengan konsumen	10	13%
2	Penataan ruang diarahkan agar pedagang saling bertemu, mengenal dan membentuk komunitas yang akrab	5	17%
3	Penataan ruang agar pertemuan antara orang-orang asing, yang tidak saling mengenal dapat terjadi dengan tenang dan efisien	15	50%
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100%

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Privasi merupakan salah satu persyaratan pendukung yang dapat meningkatkan kualitas dari suatu ruang, yaitu kemampuan seseorang atau sekelompok orang untuk mengendalikan interaksi mereka dengan orang lain, baik secara visual, audial maupun olfaktori untuk mendapatkan apa yang diinginkannya dengan cara membuat keseimbangan antara keinginannya dengan keinginan orang lain dan lingkungan fisik disekitarnya. Dalam artian bahwa pengertian privasi menunjukkan adanya kontrol selektif, tidak serba otomatis dan privasi tidak berarti menutup semua jalur, tetapi mampu mengontrol terbuka dan tertutupnya jalur komunikasi. Karena pengertian yang kompleks, privasi termanifestasikan dalam perilaku, tata nilai, kepercayaan dan harapan. Salah satu contoh

yaitu bahwa preferensi privasi pada sebuah pasar adalah kondisi kehidupan yang ramai dan bukannya sunyi.

Ruang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia di mana pun dia berada, baik secara psikologi dan emosional (persepsi), maupun dimensional. Ruang sebagai salah satu komponen arsitektur menjadi penting dalam pembahasan studi hubungan arsitektur lingkungan dan perilaku karena fungsinya sebagai wadah kegiatan manusia.

Dari segi privasi dalam desain/rancangan arsitektur, penataan ruang yang diinginkan oleh mayoritas para pedagang untuk kemajuan pasar tradisional Bulu adalah penataan ruang agar pertemuan antara orang-orang asing, yang tidak saling mengenal dapat terjadi dengan tenang dan efisien. Tenang diartikan sebagai terdapat kontrol terhadap perhatian yang tidak diinginkan. Efisien dalam pengertian penataan ruang sedemikian rupa agar tidak terjadi tabrakan, yang bisa berakibat transaksi bisnis tidak jadi berlangsung. Pengaplikasian privasi sudah dapat terwujud baik itu di lantai 1, 2 maupun ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu Semarang.

Hal ini juga berarti merancang penataan ruang agar terjadi interaksi yang positif di antara sesama orang asing yang akan berinteraksi, misalnya pemakaian ruang-ruang bersama.

Penataan ruang seperti inilah yang mempunyai kemampuan privasi sebagai kemampuan seseorang atau sekelompok orang untuk mengendalikan interaksi mereka dengan orang lain, untuk mengontrol jenis-jenis interaksi dan untuk memperoleh kondisi interaksi yang diinginkan.

#### L. Visibilitas (visibility)

**Tabel IV.20.**  
**Alasan Ke Ruang Parkir Sisi Bagian Timur Pasar Tradisional Bulu Dari**  
**Pada Dilantai 2 Pasar Tradisional Bulu**

No	Alasan	Jumlah	Prosentase
1	Agar konsumen mudah mencari	5	17%
2	Agar konsumen mudah melihat barang dagangan anda	15	50%
3	Mudah dalam hal jual beli/ menawarkan barang dagangan	10	33%
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100%

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Visibilitas merupakan kemampuan dapat melihat dengan jelas tanpa terhalang benda (secara visual) pada obyek yang dituju dan pada jarak tertentu.

Dari definisi diatas terbukti bahwa sebanyak 50% pedagang mengatakan, kepindahannya ke ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu dikarenakan sebagian besar ingin barang dagangannya mudah ditangkap secara visual atau agar barang dagangannya mudah terlihat oleh para calon pembeli. Dari sisi penjualan, berdagang di ruang parkir sisi bagian timur lebih



menguntungkan. Hal ini disebabkan karena letaknya yang sangat strategis dan ramai sehingga dengan mudah menarik konsumen untuk membeli.

Sekitar 33%, kemudahan yang diperoleh sebagian besar pedagang setelah pindah ke ruang parkir sisi bagian timur adalah karena lebih mudah untuk menawarkan barang yang diperjual belikan kepada konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam berjualan pedagang membutuhkan kemudahan dalam melihat datangnya calon pembeli. Dengan demikian 17% pedagang mengatakan adanya kegiatan tersebut mengakibatkan terjadi keramaian yang merupakan daya tarik bagi pengunjung-pengunjung yang lain untuk mendekat ke tempat ini dan konsumen menjadi mudah mencari barang-barang yang diinginkan.

Keadaan seperti inilah yang tidak mungkin mereka dapatkan di lantai 2 pasar tradisional Bulu Semarang. Karena pembeli tidak dapat melihat langsung ke lantai 2 karena terhalang oleh dinding bangunan.



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
VISIBILITAS (VISIBILITY) DI LANTAI  
2 PASAR TRADISIONAL BULU -  
SEMARANG

LEGENDA

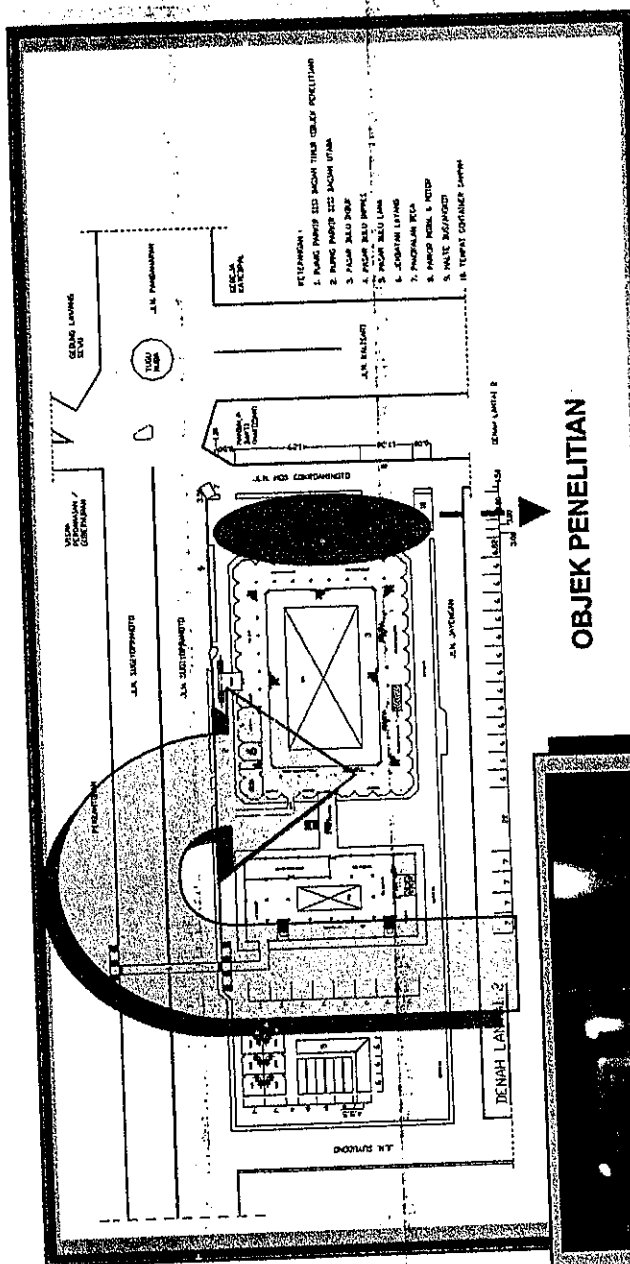


NO  
4.14

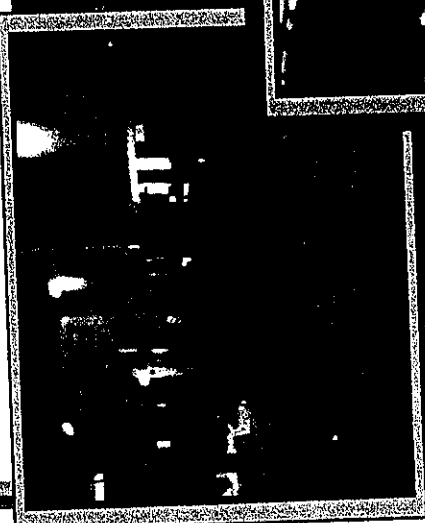
SKALA

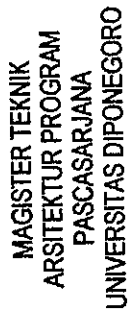
SUMBER

UTARA



Visibilitas merupakan kemampuan dapat melihat dengan jelas tanpa terhalang benda (secara visual) pada obyek yang dituju dan pada jarak tertentu. Sedangkan di lantai 2 pasar tradisional Bulu - Semarang faktor visibilitas tidak bisa didapatkan karena terhalang oleh dinding dan jarak jauh dengan konsumen.





TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

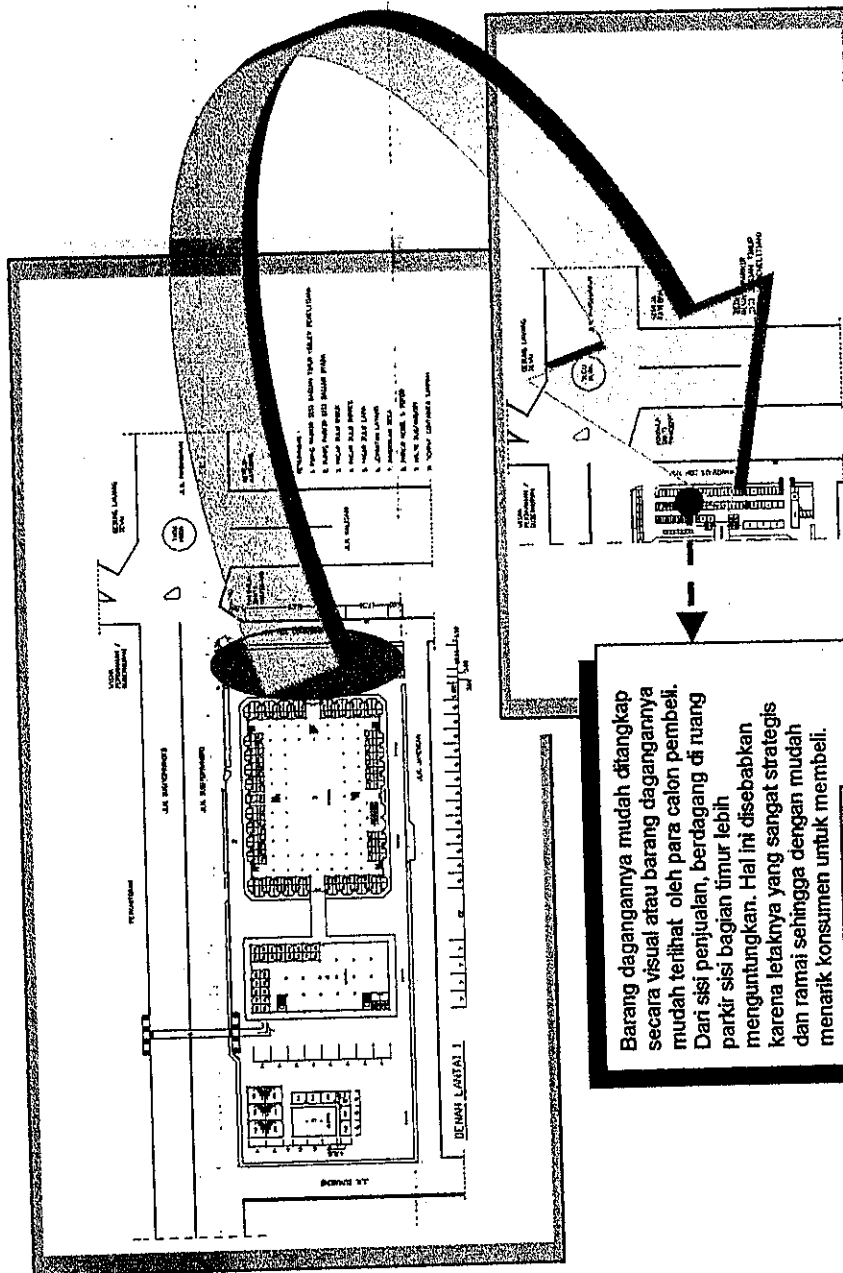
**JUDUL PETA**  
**VISIBILITAS (VISIBILITY) RUANG**  
**PARKIR SISI BAGIAN TIMUR PASAR**  
**TRADISIONAL BULU - SEMARANG**

## LEGENDA



NO	SKALA
4.15	

SUMBER



Barang dagangannya mudah ditangkap secara visual atau barang dagangannya mudah terfikat oleh para calon pembeli. Dari sisi penjualan, berdagang di ruang parkir sisi bagian timur lebih menguntungkan. Hal ini disebabkan karena letaknya yang sangat strategis dan ramai sehingga dengan mudah menarik konsumen untuk membeli.

Lebih mudah untuk menawarkan barang yang diperjual belikan kepada konsumen karena dapat melihat datangnya calon pembeli secara langsung.

Adanya kegiatan tersebut mengakibatkan terjadi keramaian yang merupakan daya tarik bagi pengunjung-pengunjung yang lain untuk mendekat ke tempat ini dan konsumen menjadi mudah mencari barang-barang yang diinginkan.



#### 4.2. Analisis Responden Konsumen

Konsumen merupakan faktor penting dari aktivitas sebuah pasar karena hidup matinya pasar sangat tergantung pada animo masyarakat terhadap pasar tersebut. Aktivitas konsumen antara lain adalah parkir, melihat-lihat, memakai jasa, berbelanja/jajan dan bersosialisasi.

Pada pasar tradisional Bulu ini terdapat 3 jenis konsumen, yaitu : *"pengunjung"* (mereka yang datang ke pasar tanpa mempunyai tujuan untuk melakukan pembelian terhadap suatu barang atau jasa, mereka adalah orang-orang yang menghabiskan waktu luangnya di pasar), *"pembeli"* (mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli sesuatu barang atau jasa, tetapi tidak mempunyai tujuan ke (di) mana akan membeli) dan *"pelanggan"* (mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli sesuatu barang atau jasa dan mempunyai tujuan yang pasti ke (di) mana akan membeli. Seseorang menjadi pembeli tetap dari seorang penjual tidak terjadi secara kebetulan, tetapi melalui proses interaksi sosial.

Karakter konsumen yang datang ke pasar tradisional Bulu Semarang dapat dibedakan berdasarkan usia, jenis kelamin, asal, tujuan, sarana transportasi yang digunakan, rentang waktu kunjungan dan intensitas kunjungan serta jenis belanjaan yang dibeli.

Berdasarkan 30 responden dari segi usia, didominasi oleh golongan dewasa yang berjenis kelamin perempuan dengan tujuan berbelanja eceran untuk kebutuhan sehari-hari (dikonsumsi sendiri).

Ditinjau berdasarkan asal konsumen, dari 30 responden kebanyakan berasal dari penduduk Kota Semarang dan dalam jumlah sangat kecil terdapat konsumen yang datang dari luar daerah. Konsumen yang berasal dari lingkungan sekitar Kota Semarang dan berbelanja eceran untuk dikonsumsi sendiri lebih banyak dari pada konsumen yang mempunyai tujuan berbelanja dalam partai besar (grosir/kulakan) dengan jenis belanjaan lebih cenderung ke barang-barang basah.

Konsumen yang berasal dari lingkungan sekitar Kota Semarang biasanya menggunakan sarana transportasi baik angkutan kota, becak, sepeda, sepeda motor, mobil maupun berjalan kaki. Jenis konsumen ini biasanya rentang waktu kunjungan antara 30 menit sampai dengan dua jam dan intensitas kunjungan bisa mencapai tujuh kali dalam satu minggu.

Sedangkan konsumen yang bermaksud untuk kulakan biasanya menggunakan sarana transportasi angkutan umum, kendaraan pribadi maupun kendaraan sewa. Rentang waktu kunjungan lebih lama di atas dua jam sampai dengan empat jam, dengan intensitas kunjungan antara tiga sampai tujuh kali dalam seminggu.

**TABEL IV.21.**  
**Usia Responden**

No	Usia	Jumlah	Prosentase
1	Remaja (15 – 25 thn)	5	17%
2	Dewasa (25 – 35 thn)	15	50%
3	Orang tua (>35 thn)	10	33%
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

**TABEL IV.22.**  
**Kelamin Responden**

No	Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	5	17%
2	Perempuan	25	83%
3	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

**TABEL IV.23.**  
**Asal Responden**

No	Asal	Jumlah	Prosentase
1	Penduduk kota Semarang	25	83%
2	Dari luar daerah kota Semarang	5	17%
3	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

**TABEL IV.24.**  
**Tujuan Responden**

No	Tujuan	Jumlah	Prosentase
1	Berbelanja eceran untuk kebutuhan sehari-hari (dikonsumsi sendiri)	20	67%
2	Berbelanja dalam partai besar (grosir/kulakan)	10	33%
3	Tanpa mempunyai tujuan/hanya menghabiskan waktu luangnya dipasar	-	-
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

**TABEL IV.25.**

**TABEL IV.25.**  
**Sarana Transportasi Responden**

No	Sarana Transportasi	Jumlah	Prosentase
1	Angkutan kota/umum, beca	10	33%
2	Kendaraan pribadi (sepeda, sepeda motor, mobil)	15	50%
3	Kendaraan sewa	2	7%
4	Berjalan kaki	3	10%
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

**TABEL IV.26.**  
**Rentang Waktu Kunjungan Responden**

No	Rentang Waktu Kunjungan	Jumlah	Prosentase
1	Antara 30 menit	15	50%
2	Sekitar 2 jam	10	33%
3	> dari 2 jam	5	17%
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

**TABEL IV.27.**  
**Intensitas Kunjungan Responden**

No	Intensitas Kunjungan	Jumlah	Prosentase
1	3 kali dalam seminggu	10	33%
2	5 kali dalam seminggu	5	17%
3	7 kali dalam seminggu	15	50%
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

**TABEL IV.28.**  
**Jenis Belanjaan Yang Dibeli Responden**

No	Jenis Belanjaan Yang Dibeli	Jumlah	Prosentase
1	Barang basah (daging, ikan, sayur-mayur, buah-buahan, bumbu, palawija)	15	50%
2	Barang kering (pakaian, kelontong, plastik, jajanan, alat tulis, dll)	10	33%
3	Asesoris lainnya	5	17%
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

#### 4.2.2. Analisis Pembahasan Hasil Kuesioner (Konsumen)

##### A. Kenyamanan (comfort)

**TABEL IV.29.**  
**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi**  
**Kenyamanan Pembeli**

No	Masukan	Jumlah	Prosentase
1	Bangunan yang memadai menyangkut dengan keindahan, kebersihan dan bentuk yang sesuai.	15	50%
2	Dapat memberikan perlindungan dari keadaan yang disebabkan oleh iklim, bising dan aroma	5	17%
3	Penataan ruang yang sesuai menyangkut sirkulasi dan fasilitas parkir	10	33%
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Kenyamanan adalah segala sesuatu yang memperlihatkan penggunaan ruang secara harmonis. Sehingga manusia dalam melakukan aktivitasnya dapat merasakan kenikmatan atau kepuasan.

50% konsumen menganggap bahwa bangunan yang memadai dapat memberikan kenyamanan. Baik itu dari segi keindahan, kebersihan maupun bentuk yang sesuai.

##### ➤ Keindahan

Keindahan merupakan hal yang perlu diperhatikan guna memperoleh kenyamanan dan lebih bersifat abstrak. Erat sekali kaitannya dengan masalah kepuasan batin dan panca indera. Setiap orang mempunyai persepsi sendiri mengenai keindahan. Namun dalam hal nyaman maka keindahan dalam suatu desain



dapat dilihat dari segi sudut keindahan bentuknya dan keindahan ekspresinya.

➤ Kebersihan

Kebersihan dapat menambah daya tarik lokasi, juga menambah rasa nyaman karena bebas dari kotoran sampah dan bau-bauan yang tidak menyenangkan.

➤ Bentuk

Bentuk dalam suatu perancangan harus mempunyai makna, arti atau kesan tersendiri agar sesuai dengan fungsinya, efektif, serasi dan estetis.

33% konsumen menganggap bahwa penataan ruang yang sesuai menyangkut sirkulasi dan fasilitas parkir yang ada dapat memberikan kenyamanan.

➤ Sirkulasi

Sistem sirkulasi sangat erat hubungannya dengan pola penempatan aktivitas dan penggunaan ruang sehingga merupakan pergerakan dari ruang satu ke ruang yang lain. Kenyamanan dapat berkurang akibat dari sirkulasi yang kurang baik, contohnya trotoar/ruang parkir yang dijadikan tempat berdagang. Agar kenyamanan dapat terwujud hendaknya diadakan pembagian sirkulasi antara manusia dan kendaraan.

➤ Fasilitas parkir

Hampir semua aktivitas kegiatan memerlukan memerlukan sarana tempat parkir. Kebutuhan akan tempat parkir dalam suatu perancangan merupakan bagian dari prasarana lingkungan.

Fasilitas parkir merupakan lokasi dimana kendaraan diparkirkan.

Dimana hubungan pencapaian antara tempat parkir dengan bangunan atau tempat kegiatan diusahakan tidak terlalu jauh. Akan tetapi apabila jarak antara tempat parkir dengan pusat kegiatan cukup jauh, maka diperlukan sirkulasi yang jelas dan terarah menuju area parkir.

17% konsumen menganggap bahwa sesuatu yang memberikan perlindungan dari keadaan yang disebabkan oleh iklim, bising dan aroma dapat memberikan kenyamanan.

#### ➤ Iklim

Kekuatan alam seperti radiasi sinar matahari, angin, curah hujan dan temperatur merupakan sesuatu yang harus diperhatikan untuk mendapatkan kenyamanan.

Radiasi sinar matahari dapat mengurangi rasa nyaman terutama pada daerah tropik, khususnya disiang hari, maka diperlukan adanya peneduh.

Angin perlu diperhatikan terutama pada ruang terbuka.

Penempatan elemen penghalang angin (*wind break*) sangat

diperlukan agar kecepatan angin kencang dapat diperlambat sehingga tercipta suasana yang nyaman.

Curah hujan sering menimbulkan gangguan terhadap aktivitas manusia di ruang luar. Oleh karena itu diperlukan peneduh.

Temperatur untuk daerah tropik di siang hari relatif cukup panas. Apalagi ruang terbuka yang sedikit pepohonan. Untuk mendapatkan iklim mikro yang sejuk maka perlu ditempatkan pohon peneduh dengan tajuk lebar.

#### ➤ Bising

Kebisingan yang ditimbulkan dari kendaraan bermotor merupakan masalah pokok yang dapat mengganggu kenyamanan. Untuk menguranginya dapat mempergunakan tanaman dengan pola dan ketebalan yang rapat.

#### ➤ Aroma

Aroma (bau-bauan) sebagai salah satu faktor penentu mereka menentukan tempat berjualan. Aroma (bau-bauan) terutama pada daerah dekat dengan pembuangan sampah maka bau tidak enak akan tercium oleh orang yang melaluinya. Untuk mengurangi hal tersebut, maka sumber bau itu dilokalisasi dan ditempatkan pada area tertutup dari pandangan visual.



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
-BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
SEGI KEINDAHAN, KEBERSIHAN  
MAUPUN BENTUK YANG SESUAI PASAR  
TRADISIONAL BULU - SEMARANG

LEGENDA



NO  
4.16

SKALA

UTARA



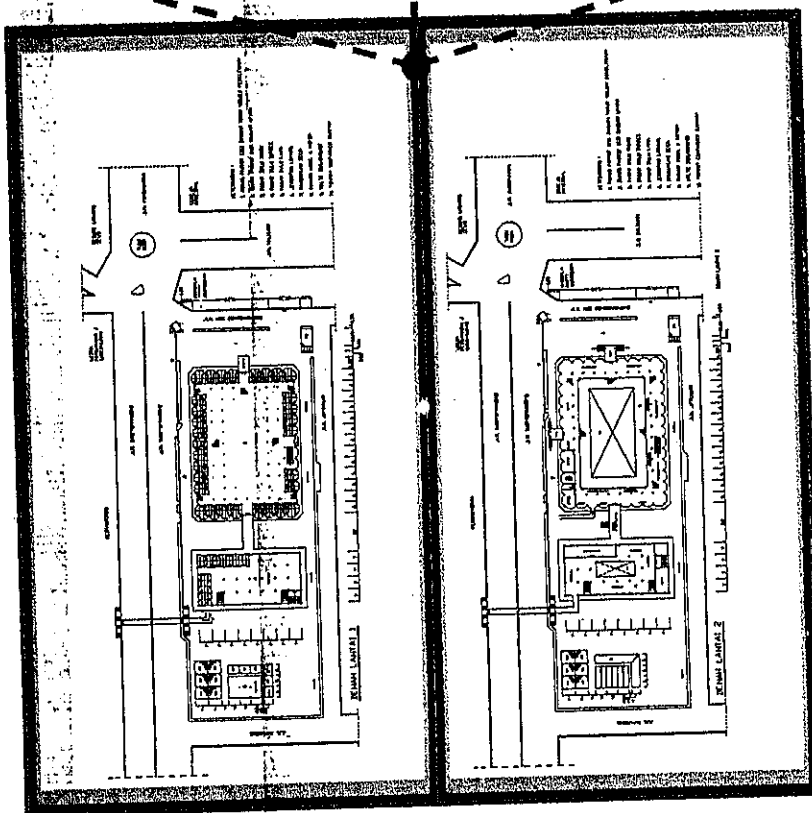
SUMBER

Kebersihan dapat menambah daya tarik lokasi, juga menambah rasa nyaman karena bebas dari kotoran sampah dan bau-bauan yang tidak menyenangkan.  
Kebersihan masih sangat sulit diterapkan pada sebuah pasar tradisional seperti Bulu. Sebagian kecil sudah ada yang sadar tetapi sebagian besar seakan tidak peduli.

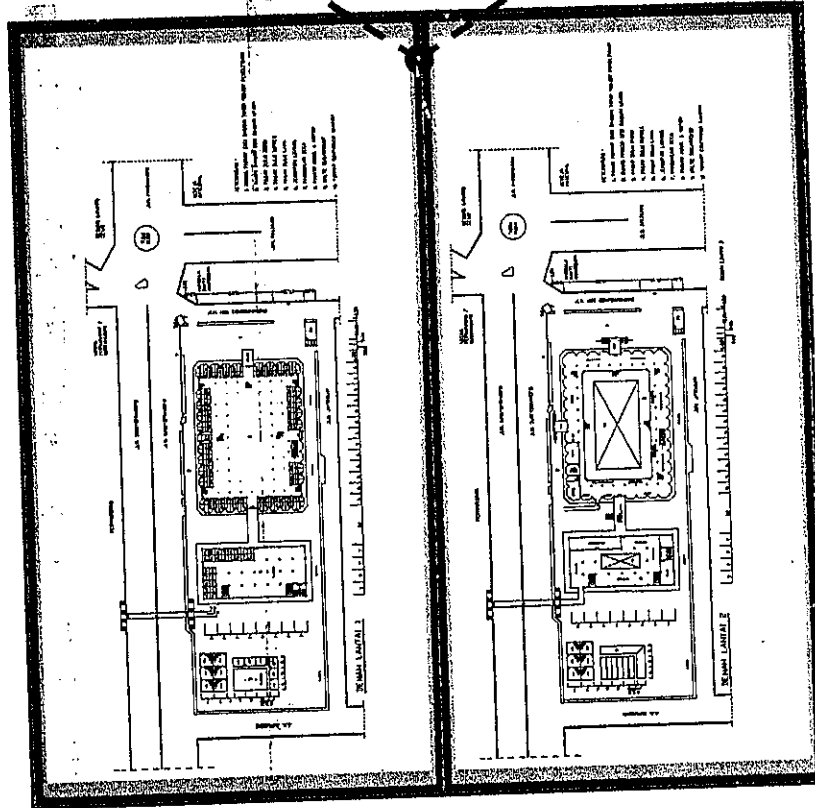
Keindahan merupakan hal yang perlu diperhatikan guna memperoleh kenyamanan dan lebih bersifat abstrak. Erat sekali kaitannya dengan masalah kepuasan batin dan panca indera. Setiap orang mempunyai persepsi sendiri mengenai keindahan. Namun dalam hal nyaman maka keindahan dalam suatu desain dapat dilihat dari segi sudut keindahan bentuknya dan keindahan ekspresinya.  
Bentuk bangunan secara fisik lebih memperhatikan bentuk bukaan/jendela linier yang sama dengan bentuk jendela pada beberapa bangunan di kawasan Tugu Muda.

Bentuk dalam suatu perancangan harus mempunyai makna, arti atau kesan tersendiri agar sesuai dengan fungsinya, efektif, serasi dan estetik. Bentuk artistik masih bias kita lihat pada ciri dari pasar tradisional Bulu yang sedikit mengadopsi bentuk kolom yang ada dipasar Johar (Karya: Thomas Karsten). Ciri sebuah pasar tahun era 60 - an masih selaras dengan bangunan-bangunan yang berada dikawasan Tugu Muda.

Bangunan yang memadai dapat memberikan kenyamanan. Baik itu dari segi keindahan, kebersihan maupun bentuk yang sesuai.



Penataan ruang yang sesuai  
menyangkut sirkulasi dan fasilitas  
parkir yang ada dapat memberikan  
kenyamanan.



Sistem sirkulasi sangat erat  
hubungannya dengan pola  
penempatan aktivitas dan  
penggunaan ruang sehingga  
merupakan pergerakan dari ruang satu  
ke ruang yang lain. Kenyamanan  
dapat berkurang akibat dari sirkulasi  
yang kurang baik, contohnya  
trotoar/ruang parkir yang dijadikan  
tempat berdagang. Agar kenyamanan  
dapat terwujud hendaknya diadakan  
pembagian sirkulasi antara manusia  
dan kendaraan.

Hampir semua aktivitas kegiatan  
memerlukan memerlukan sarana  
tempat parkir. Kebutuhan akan tempat  
parkir dalam suatu perancangan  
merupakan bagian dari prasarana  
lingkungan.  
Fasilitas parkir merupakan lokasi  
dimana kendaraan diparkirkan.  
Dimana hubungan pencapaian antara  
tempat parkir dengan bangunan atau  
tempat kegiatan diusahakan tidak  
terlalu jauh. Akan tetapi apabila jarak  
antara tempat parkir dengan pusat  
kegiatan cukup jauh, maka diperlukan  
sirkulasi yang jelas dan terarah  
menuju area parkir.



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
PENATAAN RUANG YANG  
SESUAI PASAR TRADISIONAL BULU -  
SEMARANG DARI SEGI  
SIRKULASI ASI & FASILITAS PARKIR

LEGENDA



NO  
4.17

SKALA

UTARA



SUMBER



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
PERLINDUNGAN DARI KEADAMAN YANG  
DISEBABKAN OLEH IKLIM BISING DAN AROMA  
DAPAT MEMBERIKAN KENYAMANAN YANG  
ESKALASI PASAR TRADISIONAL BULU - SEMARANG DARI SEGI  
SIRKULASI & FASILITAS PARKIR

LEGENDA



NO  
4.18

SKALA

UTARA  
SUMBER



Kekuatan alam seperti radiasi sinar matahari, angin, curah hujan dan temperatur merupakan sesuatu yang harus diperhatikan untuk mendapatkan kenyamanan.

Radiasi sinar matahari dapat mengurangi rasa nyaman terutama pada daerah tropik, khususnya disiang hari, maka diperlukan adanya peneduh.

Angin perlu diperhatikan terutama pada ruang terbuka. Penempatan elemen penghalang angin (wind break) sangat diperlukan agar kecepatan angin kencang dapat diperlambat sehingga tercipta suasana yang nyaman.

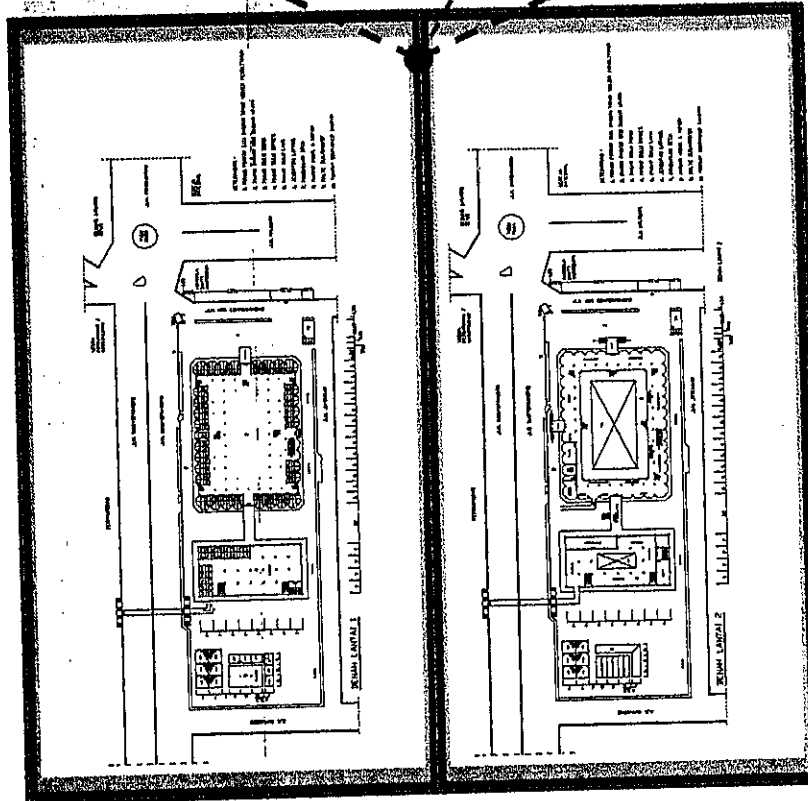
Curah hujan sering menimbulkan gangguan terhadap aktivitas manusia di ruang luar. Oleh karena itu diperlukan peneduh.

Temperatur untuk daerah tropik di siang hari relatif cukup panas. Apalagi ruang terbuka yang sedikit pepohonan. Untuk mendapatkan iklim mikro yang sejuk maka perlu ditempatkan pohon peneduh dengan tajuk lebar.

Kebisingan yang ditimbulkan dari kendaraan bermotor merupakan masalah pokok yang dapat mengganggu kenyamanan. Untuk menguranginya dapat menggunakan tanaman dengan pola dan ketebalan yang rapat.

Aroma (bau-bauan) sebagai salah satu faktor penentu mereka menentukan tempat penjualan. Aroma (bau-bauan) terutama pada daerah dekat dengan pembuangan sampah maka bau tidak enak akan tercium oleh orang yang melaluinya. Untuk mengurangi hal tersebut, maka sumber bau itu diokalisasikan dan ditempatkan pada area tertutup dari pandangan visual.

Perlindungan dari keadaan yang disebabkan oleh iklim bising dan aroma dapat memberikan kenyamanan.



## B. Sosialitas (sociality)

**TABEL IV.30.**  
**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian**

No	Keputusan	Jumlah	Prosentase
1	Melihat-lihat terlebih dahulu	7	23%
2	Langsung belanja di pedagang langganan anda	5	17%
3	Melakukan tawar menawar di beberapa pedagang	18	60%
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Kegiatan bersosialisasi konsumen ini merupakan faktor penting aktivitas sebuah pasar. Antara lain datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli sesuatu barang atau jasa, tetapi tidak mempunyai tujuan ke (di) mana akan membeli dan datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli sesuatu barang atau jasa dan mempunyai tujuan yang pasti ke (di) mana akan membeli.

Seseorang menjadi pembeli tetap dari seorang penjual tidak terjadi secara kebetulan, tetapi melalui proses interaksi sosial. Sebanyak 60% konsumen melakukan tawar menawar di beberapa pedagang. Hal ini merupakan salah satu contoh akurat mengenai kegiatan sosialisasi yang terjadi di pasar.

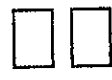


MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
KONDISI SOSIALISASI KONSUMEN  
DI LANTAI 1 & 2, RUANG PARKIR  
SISI BAGIAN TIMUR PASAR  
TRADISIONAL BULU - SEMARANG

LEGENDA



NO  
4.19

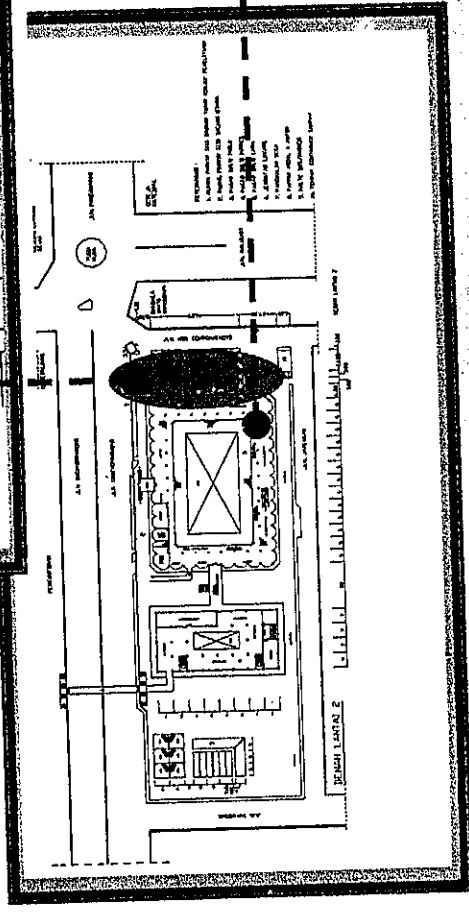
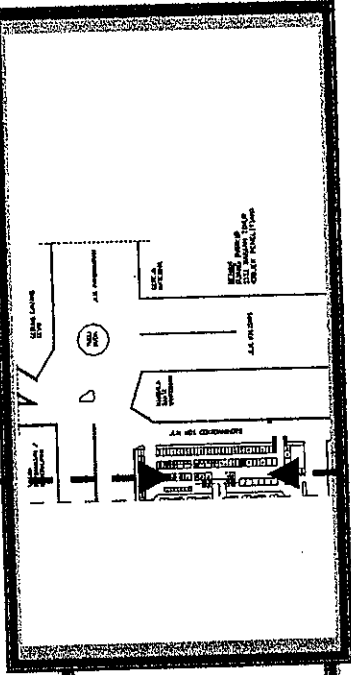
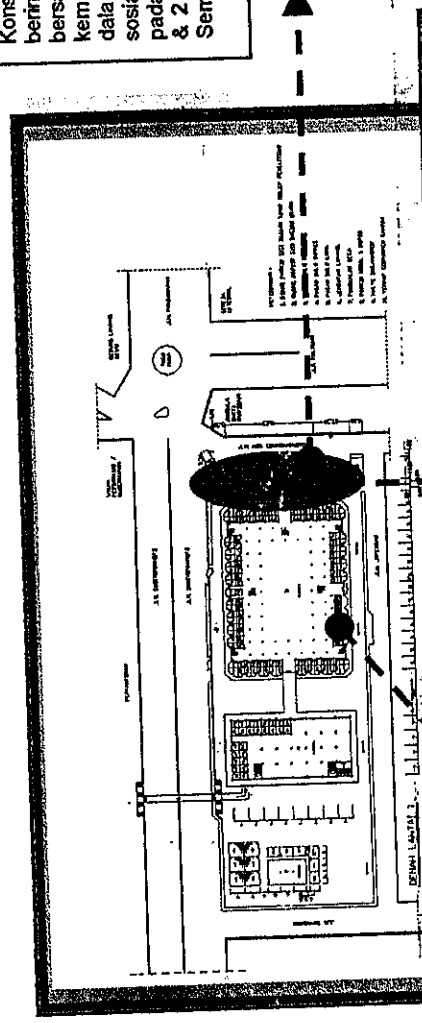
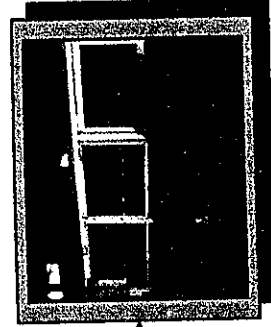
SKALA

UTARA  
↑

Konsumen dapat berinteraksi/berkomunikasi bersama pedagang. Terlihat kemampuan seseorang dalam melakukan hubungan sosial dengan sesamanya pada suatu setting. (lantai 1 & 2 pasar tradisional Bulu - Semarang)



ORIFIK PENFI ITIAN





### C. Legibilitas (legibility)

**TABEL IV.31.**  
**Harapan Konsumen Terhadap Penyelesaian Keberadaan**  
**Pedagang Di Ruang Parkir**

No	Tata Ulang Pasar	Jumlah	Prosentase
1	Mengarahkan mereka untuk mengisi ruang-ruang bangunan pasar tradisional yang kosong	30	100%
2	Dipindahkan ke lokasi baru yang lebih baik	-	-
3	Tetap disini, hanya ditertibkan agar tidak menciptakan suasana kumuh dan kemacetan	-	-
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Sebagai konsumen, mereka lebih setuju kalau para pedagang itu diarahkan untuk mengisi ruang-ruang bangunan pasar tradisional yang kosong. Hal itu bisa terwujud dengan cara, antara lain :

- ❖ Melakukan inovasi dan revolusi, terutama dalam memenuhi keinginan para pedagang.
- ❖ Melakukan pendekatan persuasif kepada para pedagang.
- ❖ Mempertemukan seluruh elemen masyarakat yang hubungannya dengan penataan pasar.

Dipindah ke lokasi baru yang lebih baik justru menimbulkan kekhawatiran, di lokasi baru barang dagangan tidak akan laku.

Tetapi kalau tetap bertahan di ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu dengan cara ditertibkan agar tidak menciptakan suasana kumuh dan kemacetan, itu juga bukan merupakan jalan keluar yang baik. Karena keberadaan pedagang yang mempergunakan ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional

Bulu Semarang adalah salah. Hal ini disebabkan karena pemanfaatan ruang yang digunakan tidak sesuai dengan fungsi yang sebenarnya. Jadi kesimpulannya bagaimana agar ruang-ruang dipergunakan itu ditata ulang sesuai dengan fungsi ruang yang sebenarnya.

#### D. Aksesibilitas (accessibility)

**TABEL IV.32.**  
**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembeli Memilih Pembelian**

No	Lokasi	Jumlah	Prosentase
1	Dekat dengan arus pejalan kaki	5	17%
2	Dekat dengan akses jalur transportasi umum, jalan atau halte	15	50%
3	Mudah dicapai dari jalan masuk atau ke luar pasar	10	33%
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Lokasi yang tepat bagi para pedagang untuk berjualan di pasar tradisional Bulu menurut para konsumen sebagian besar sebanyak 50% memilih dekat dengan akses jalur transportasi umum, jalan atau halte. Terpenuhinya kemudahan pencapaian (aksesibilitas) baik aksesibilitas menuju seting tempat penjualan tersebut maupun aksesibilitas dari seting tempat penjualan ke tempat yang diinginkan. Beberapa konsumen konsumen merasakan berbelanja di ruang parkir sisi bagian timur ini lebih dekat dari jalan masuk utama dan tempat parkir maka pencapaian ke tempat ini dirasakan

mudah dilakukan oleh konsumen dengan berjalan kaki, dibandingkan pada waktu mereka harus naik ke lantai 2 untuk berbelanja.



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
KONDISI AKSESIBILITAS DI LANTAI  
2 PASAR TRADISIONAL BULU -  
SEMARANG

LEGENDA



NO  
4.20

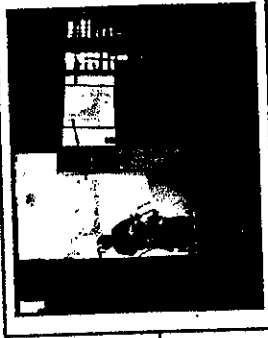
SKALA

SUMBER

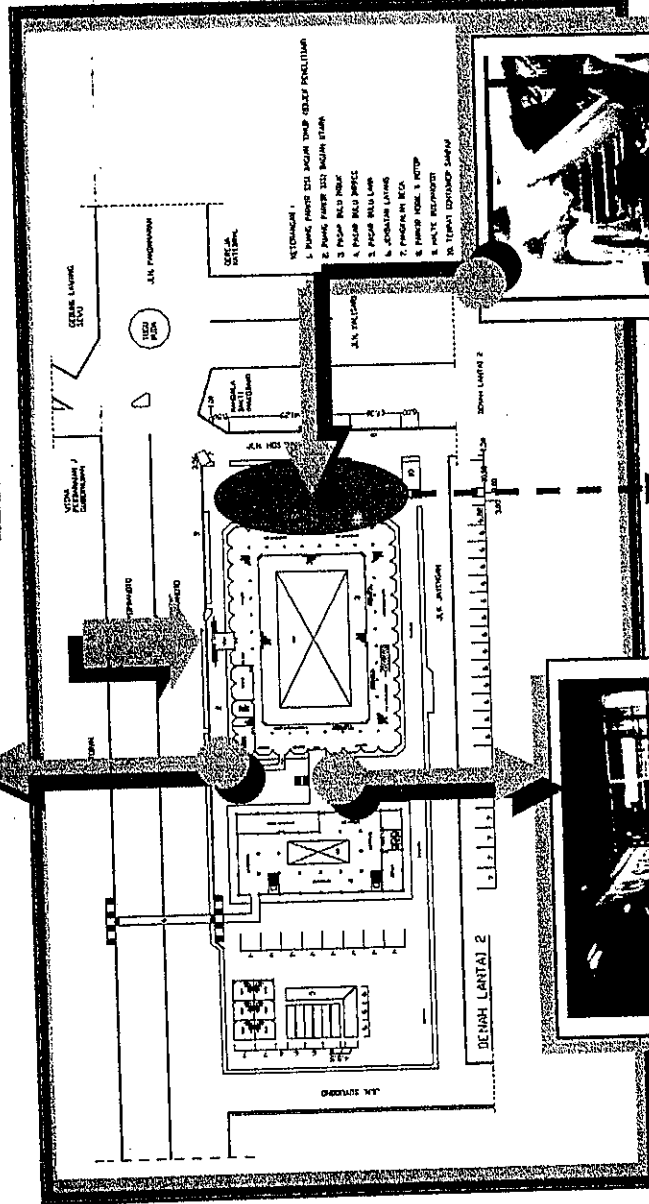
UTARA



Menempati lantai 2 pasar tradisional Bulu, dimana saat itu boleh dikatakan jauh dari aksesibilitas yang dibutuhkan oleh para konsumen. Salah satu contohnya adalah tempat parkir yang letaknya berada di lantai dasar jaraknya jauh dari tempat mereka berbelanja. Sehingga konsumen kesulitan membawa barang belanjanya ke tempat parkir dan dengan arus lalu lintas dan akses jalur transportasi umum, dengan arus pejalan kaki dan dengan jalan ke luar atau jalan masuk pasar



Ramp menuju ruang parkir  
roda 2 di lantai 2 pasar  
tradisional Bulu - Semarang



Tangga utama menuju  
lantai 2 pasar tradisional  
Bulu - Semarang



Tangga belakang menuju lantai 2  
pasar tradisional Bulu - Semarang



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

## TESIS

KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
KONDISI AKSESIBILITAS DI LANTAI  
1 & RUANG PARKIR SISI BAGIAN  
UTARA, TIMUR PASAR  
TRADISIONAL BULU – SEMARANG

## LEGENDA



NO  
4.21

SKALA

SUMBER

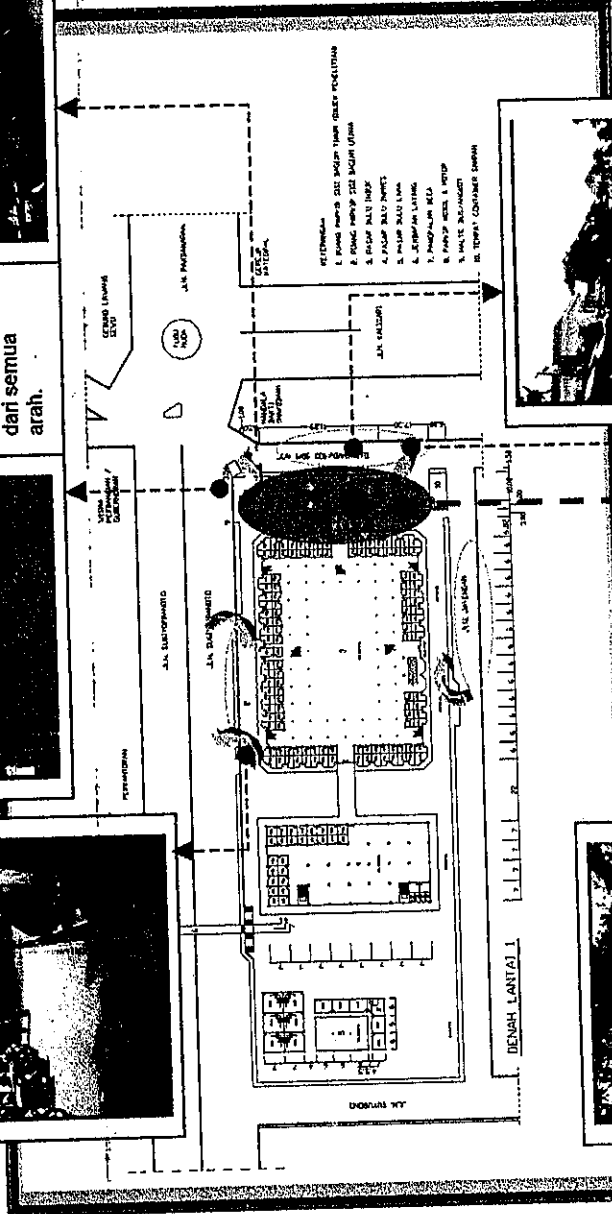
UTARA



Dekat dengan  
arus lalu lintas  
dan akses jalur  
transportasi  
umum (bis,  
angkot, beca)  
Posisinya  
sangat strategis,  
letaknya  
memudahkan  
untuk dijangkau  
dari semua  
arah.

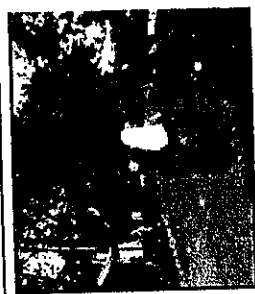


Dekat dengan tempat parkir  
kendaraan roda 4 & 2 pada  
sisi bagian utara pasar  
tradisional Bulu – Semarang



Dekat dengan tempat parkir kendaraan roda 4 &  
2 pada sisi bagian timur pasar tradisional Bulu –  
Semarang  
Tidak jauh membawa barang belanjanya.

OBJEK  
PENELITIAN



Dekat dengan arus pejalan  
kaki

## E. Adaptabilitas (adaptability)

**TABEL IV.33.**  
**Cara Adaptasi Konsumen Terhadap Lingkungan Pasar**

No	Cara Beradaptasi	Jumlah	Prosentase
1	Mengikuti peraturan-peraturan yang telah disepakati bersama	4	13%
2	Mengubah diri anda agar sesuai dengan lingkungan yang sekarang	6	20%
3	Mengubah lingkungan yang sekarang agar sesuai dengan diri anda	20	67%
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100%

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Sulitnya para konsumen beradaptasi dengan lingkungan yang berada dilantai 2 pasar tradisional Bulu , mengakibatkan mereka lebih condong berbelanja ke ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu.

Hal ini erat kaitannya dengan aksesibilitas, dimana jarak yang jauh menjadi masalah yang utama.

Mayoritas 67% konsumen memiliki pola adaptasi yang cenderung mengubah lingkungan yang sekarang agar sesuai dengan dirinya sendiri. Karena mereka tidak bisa merubah lingkungan di lantai 2 pasar tradisional Bulu sesuai dengan keinginannya itulah maka muncullah ruang yang tidak direncanakan tetapi muncul ruang karena perilaku konsumen, yaitu lebih condong menggunakan ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu sebagai tempat berbelanja mereka sekarang. Ini merupakan gambaran fenomena yang menunjukkan adanya interaksi yang terjadi antara arsitektur

sebagai hasil desain dan interpretasi aktivitas konsumen yang berbeda sebagai pengguna.

#### F. Rangsangan inderawi (sensory stimulation)

**TABEL IV.34.**  
**Faktor- Faktor Menentukan Tempat Berbelanja**  
**Berdasarkan Rangsangan Inderawi Yang Diinginkan Konsumen**

No	Tempat Berjualan	Jumlah	Prosentase
1	Kebersihan	15	50%
2	Aroma (bau-bauan)	5	17%
3	Keamanan	10	33%
4	Lainnya ...	-	-
	Jumlah	30	100%

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Rangsangan inderawi merupakan salah satu faktor pendukung dalam menentukan tempat berbelanja. Bagi 15 orang atau 50% pedagang menyatakan pertimbangan yang paling penting dalam menentukan tempat berbelanja berdasarkan rangsangan inderawi adalah kebersihan. Hal tersebut mencakup masalah kepuasan batin dan panca indera, hingga rasa nyaman dapat diperoleh. Menurut mereka sesuatu yang bersih dapat menambah daya tarik lokasi, juga menambah rasa nyaman karena bebas dari kotoran sampah dan bau-bauan yang tidak menyenangkan. Untuk memenuhi hal tersebut telah disediakan bak sampah serta tempat pembuangannya.

33% konsumen menyatakan keamanan merupakan masalah yang penting, karena ini dapat mengganggu dan menghambat aktivitas yang dilakukan. Pengertian dari keamanan bukan saja mencakup segi kejahatan (kriminal), tapi juga termasuk kekuatan konstruksi baik dari segi bangunan itu sendiri maupun dari elemen lansekap seperti kejelasan fungsi.

17% konsumen menyatakan aroma (bau-bauan) sebagai salah satu faktor penentu mereka menentukan tempat berbelanja. Aroma (bau-bauan) terutama pada daerah dekat dengan pembuangan sampah maka bau tidak enak akan tercium oleh orang yang melaluinya. Untuk mengurangi hal tersebut, maka sumber bau itu dilokalisasikan dan ditempatkan pada area tertutup dari pandangan visual.

Dengan adanya kualitas dan intensitas rangsangan sebagai pengalaman yang dirasakan oleh indera manusia secara terus menerus menyebabkan terbentuknya rangsangan inderawi dalam menentukan tempat untuk berbelanja bagi para konsumen.

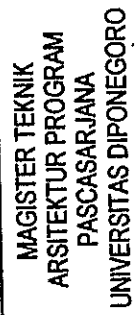
Pengaplikasian rangsangan inderawi dalam bentuk faktor-faktor penentuan tempat mereka berbelanja belum semuanya dapat terwujud baik itu di lantai 1, 2 maupun ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu Semarang.



Karena secara konseptual pasar tradisional Bulu yang sekarang telah mewadahi konsep-konsep yang umumnya sudah melekat pada pasar-pasar tradisional yang banyak dikenal orang, yakni sesuatu yang “agak *chaotic* (kekacauan)”, namun selalu memikat.

Pasar tradisional tidak hanya berurusan dengan tata ruang, fasilitas fisik dan sistem ekonomi saja, tetapi banyak juga faktor lain yang berperan seperti solidaritas sosial, *kebersihan*, keindahan, kesehatan, pemerataan pendapatan, kesempatan kerja, transportasi, selera publik, gaya hidup konsumen, dan lain sebagainya.

Sehingga pasar tradisional seharusnya mampu mengakomodasikan aksi, keinginan dan kebutuhan penggunanya sehingga hasilnya dapat berorientasi pada pengguna itu sendiri.



**TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG**

**JUDUL PETA**  
**KEADAAN DI LANTAI 2 PASAR**  
**TRADISIONAL BULU**  
**BERDASARKAN**  
**RANGSANGAN INDERAWI**

## LEGENDA



NO	SKALA
4.22	

SUMMER

UTARA



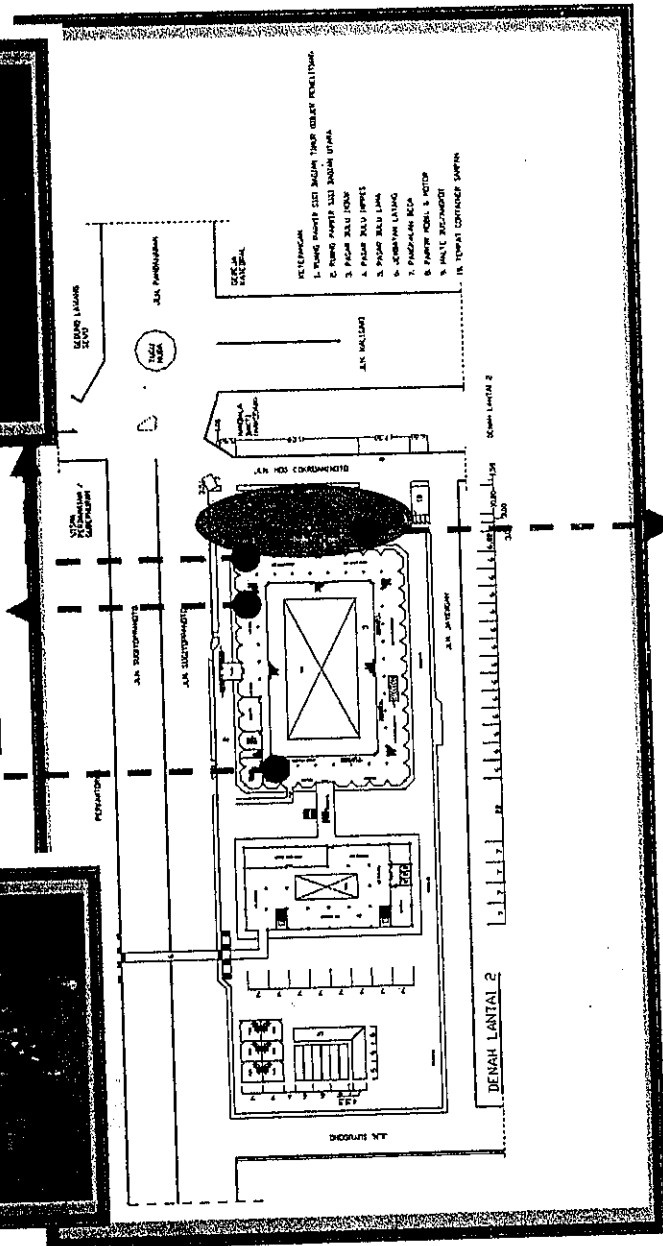
**Aroma (bau-bauan)**  
Sampah berserakan dan menimbulkan bau tidak sedap.



**Keamanan  
Sering terjadi  
kecepatan.  
Juga masalah  
kekuatan konstruksi  
baik dari segi  
bangunan itu sendiri.  
Di tempat ini sudah  
terjadi kebocoran  
beton maupun atap.**



**Kebersihan**  
Sangat kotor hal ini disebabkan karena lantai 2 dijadikan tempat penyimpanan atau gudang barang-barang para pedagang dan banyaknya penginapan & warung-warung liar yang membuang sampah seenaknya.



## OBJEK PENELITIAN



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
KEADAAN DI LANTAI 1 & RUANG  
PARKIR SISI BAGIAN TIMUR PASAR  
TRADISIONAL BULU BERDASARKAN  
RANGSANGAN INDERAWI

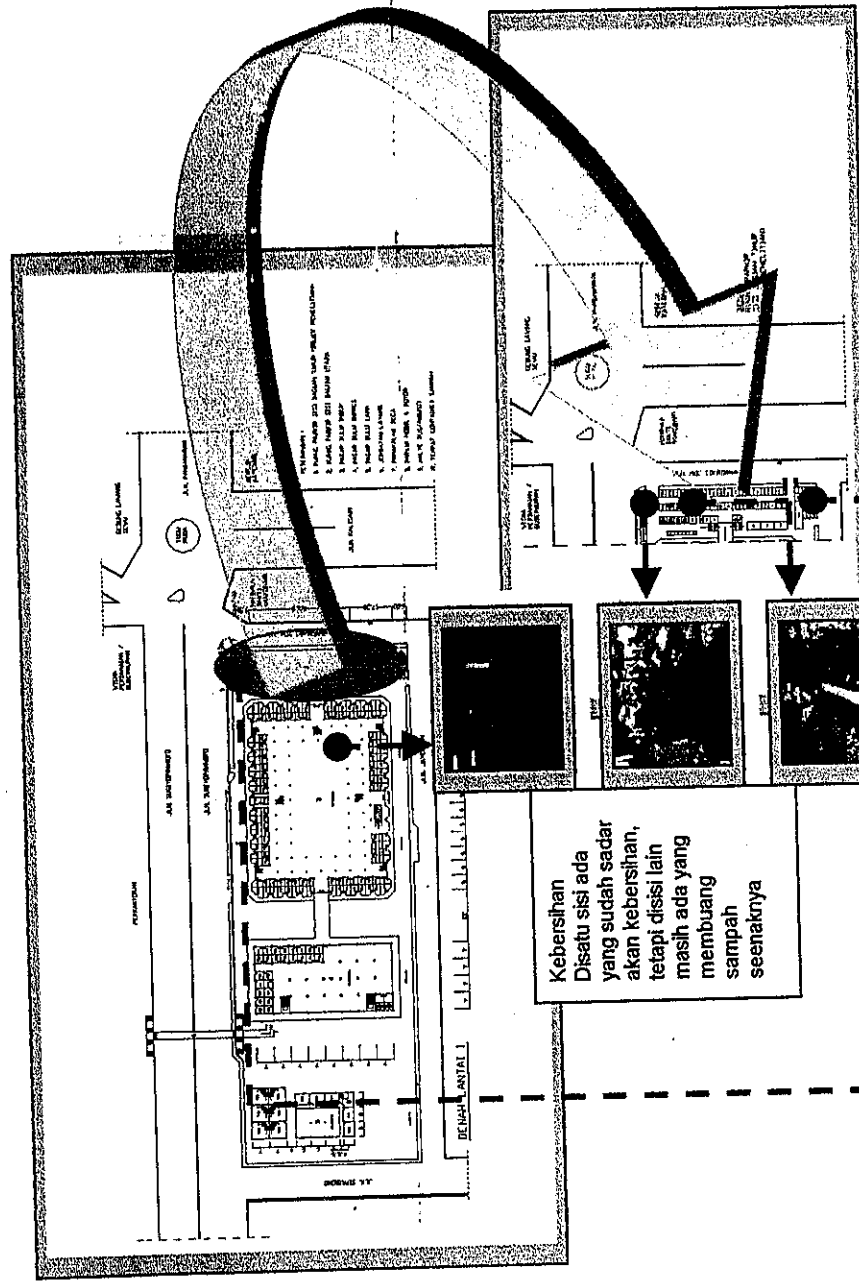
LEGENDA



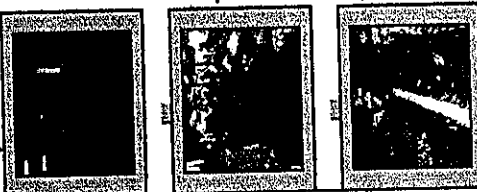
NO  
4.23

SKALA

SUMBER  
UTARA



Aroma (bau-bauan)  
Tempat sampah yang  
disediakan terkadang tidak  
dapat menampung jumlah  
sampah yang dihasilkan oleh  
pengguna pasar. Akibatnya  
sering terjadi sampah  
berserakan dan menimbulkan  
bau tidak sedap.



Kebersihan  
Diseti sisi ada  
yang sudah sadar  
akan kebersihan,  
tetapi disisi lain  
masih ada yang  
membuang  
sampah  
sekenakanya

Keamanan  
Boleh dikatakan sudah  
cukup aman karena  
dijaga oleh kelompok-  
kelompok yang disewa  
oleh pedagang dengan  
imbalan jasa untuk  
menjaga keamanan.

## G. Aktivitas (activity)

**TABEL IV.35.**  
**Aktivitas yang dilakukan pembeli pada pra pembelian**

No	Aktivitas	Jumlah	Prosentase
1	Anda tidak akan melewati pedagang dan menuju pedagang lain yang mempunyai jenis jualan yang sama	5	17%
2	Anda akan mengunjungi pedagang terdekat dengan jenis jualan yang sama	10	33%
3	Anda akan mengunjungi beberapa pedagang yang mempunyai jenis jualan yang sama untuk melakukan penawaran yang sesuai dengan keinginan anda	15	50%
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Pasar tradisional merupakan tempat orang berjual beli, dimana dalam melakukan aktivitas jual beli antara pedagang dan pembeli masih berpegang pada norma dan kebiasaan yang ada secara turun temurun, seperti bertemunya pedagang dan pembeli dalam aktivitas jual beli dan terjadinya kegiatan tawar menawar sehingga komunikasi sosial sesama pedagang, serta antara pedagang dan pembeli masih bisa dimungkinkan. Hal ini terbukti dari mayoritas konsumen pada waktu pertama kali memasuki pasar mereka cenderung mengunjungi beberapa pedagang yang mempunyai jenis jualan yang sama untuk melakukan penawaran yang sesuai dengan keinginan mereka.

Dengan kecenderungan fenomena ini maka pasar tradisional sebaiknya tidak mementingkan bisnisnya semata tetapi lebih mengutamakan nilai-nilai tradisional seperti "tuna sathak bathi

sanak" (untung sedikit tapi banyak kenalan atau persaudaraan baru), lebih mengutamakan hubungan manusianya dan antarpribadi sehingga tercipta keseimbangan antara profit – taking dengan silaturahmi Sehingga pasar tidak hanya berfungsi sebagai pusat kegiatan ekonomi saja melainkan tempat yang sekaligus berfungsi sosial.

Pengaplikasian aktivitas yang dilakukan pada waktu mereka berbelanja wujudnya sama saja baik itu di lantai 1, 2 maupun ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu Semarang.

#### H. Kontrol (control)

**TABEL IV.36.**  
**Batasan/Pengaturan Tempat Berjualan Menurut Pembeli**

No	Batasan/Pengaturan	Jumlah	Prosentase
1	Pedagang yang menggunakan alat bantu berjualan	8	27%
2	Pedagang yang mengatur barang-barang dagangan sedemikian rupa	18	60%
3	Pedagang yang membuat gelaran, dasaran tanpa dinding	4	23%
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Sebagai konsumen, bentuk batasan/pengaturan tempat berjualan yang baik adalah pedagang yang mengatur barang-barang dagangan sedemikian rupa sebanyak 60%, dengan menggunakan alat bantu berjualan sebanyak 27%, seperti membuat gelaran, dasaran tanpa dinding sebanyak 23%.

Upaya penggunaan dan pemanfaatan ruang sedemikian rupa sehingga bagaimana menjadikan ruang sebagai tempat yang strategis atau bagaimana memperoleh ruang yang strategis sehingga posisi yang ditempati menghasilkan sesuatu yang menguntungkan. Strategi yang pertama dimaksudkan untuk memperindah dan mempercantik ruang, sehingga menarik orang untuk memperhatikan atau sekedar melirik tempat tersebut. Strategi kedua ditujukan untuk membuat orang berlama-lama dan kembali lagi pada waktu yang lain ke tempat yang sama. Karena pada dasarnya pasar merupakan suatu tempat yang dijelajahi pengunjung dengan berjalan kaki. Pengunjung yang berjalan kaki akan tertarik mendatangi suatu tempat yang memiliki daya tarik. Pengaplikasian kontrol dalam bentuk batasan/pengaturan tempat berjualan menurut konsumen wujudnya sama saja baik itu di lantai 1, 2 maupun ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu Semarang.



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
KONTROL DALAM BENTUK  
BATASAN/PENGATURAN TEMPAT  
BERJUALAN DI LANTAI 1 & 2, RUANG  
PARKIR SISI BAGIAN TIMUR PASAR  
TRADISIONAL BULU - SEMARANG

LEGENDA



NO  
4.24

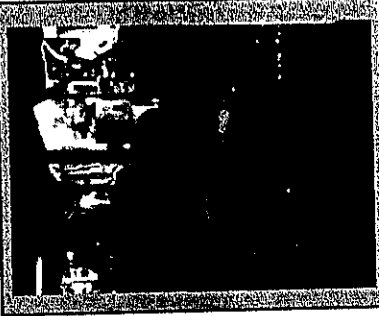
SKALA

SUMBER

UTARA



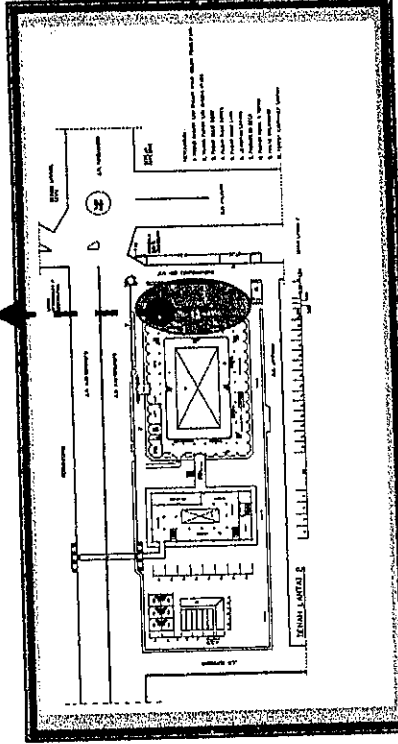
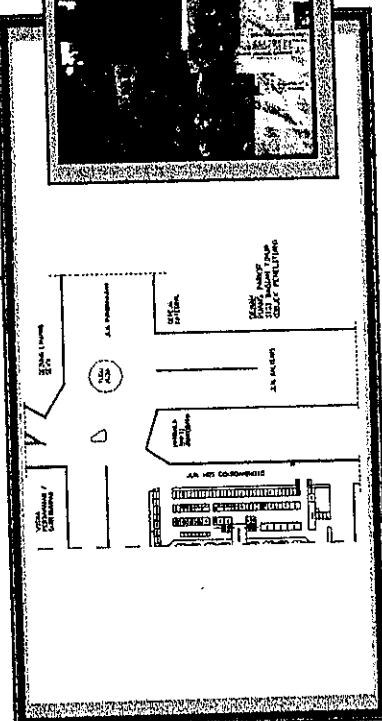
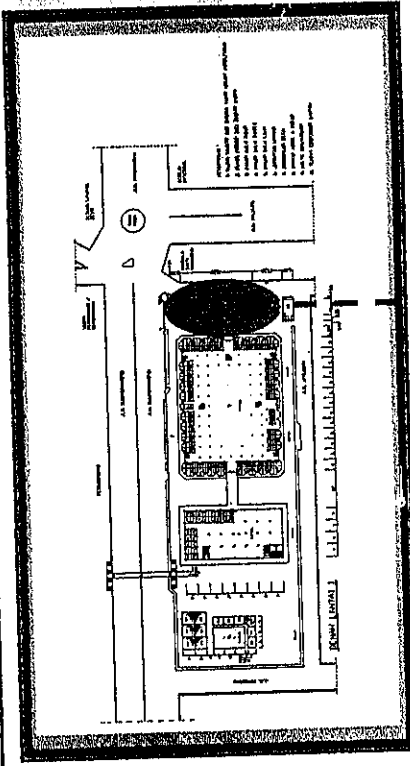
Membatasi ruang  
yang ditempatinya  
dengan  
menggunakan alat  
bantu penjualan  
seperti  
menggunakan  
kotak kayu atau  
meja kadang  
menggunakan  
bakul yang  
diletakkan di  
depannya.



Bentuk pengaturan tempat penjualan,  
biasanya dilakukan oleh pedagang  
yang penjualan dalam jumlah banyak.  
Selain itu, pengaturan barang  
alat/barang dagangannya juga salah  
satu usaha untuk membatasi area  
jualannya. Terkadang pedagang juga  
secara sengaja menempati tempat  
yang memiliki batas yang berada  
dibelakangnya berupa kolom atau  
dinding.



Membuat gelaran, dasaran  
tanpa dinding



## I. Makna (meaning)

**TABEL IV.37.**  
**Pengertian Pasar Tradisional Menurut Pembeli**

No	Nilai Tradisional	Jumlah	Prosentase
1	Pasar yang dapat menampung pedagang-pedagang kecil golongan ekonomi lemah	7	23%
2	Pasar yang bisa menumbuhkan berbagai kesempatan kerja sampingan dan pelayanan penunjang	8	27%
3	Pasar yang dapat memberikan pelayanan kepada semua tingkatan golongan masyarakat dan jadi tempat bertemunya antara golongan tersebut dan juga dapat menyediakan berbagai jenis pelayanan serta tingkat fasilitas sehingga menjadi tempat berbelanja dan berdagang dari semua golongan masyarakat	15	50%
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

50% konsumen memberi arti nilai tradisional dari sebuah pasar adalah sebuah pasar yang dapat memberikan pelayanan kepada semua tingkatan golongan masyarakat dan jadi tempat bertemunya antara golongan tersebut dan juga dapat menyediakan berbagai jenis pelayanan serta tingkat fasilitas sehingga menjadi tempat berbelanja dan berdagang dari semua golongan masyarakat.

Pasar tradisional merupakan pasar yang bisa menumbuhkan berbagai kesempatan kerja sampingan dan pelayanan penunjang, walaupun dengan bentuk bangunannya relatif sederhana, suasana yang relatif kurang menyenangkan (ruang tempat usaha sempit, sarana parkir yang kurang memadai, kurang kurang menjaga kebersihan pasar, dan penerangan yang kurang baik).



Barang-barang yang diperdagangkan adalah barang kebutuhan sehari-hari dengan mutu barang yang kurang diperhatikan, harga barang relatif murah, dan cara pembeliaanya dengan sistem tawar menawar. Para pedagang nya sebagian besar adalah golongan ekonomi lemah dan cara berdagangnya kurang profesional.

Agar tercipta suatu pasar tradisional yang ideal adalah dengan mempunyai manajemen dimana mampu menciptakan wajah pasar tradisional yang cerah dan profesional, sehingga mampu menjadi aset pembangunan yang tidak hanya produktif secara ekonomis, tetapi juga produktif secara kultural.

Terlebih bagi mereka yang selama ini boleh dibilang terpinggirkan, baik kelompok internal maupun eksternal pasar.

#### J. Kesesakan (crowdedness)

**TABEL IV.38.**  
**Kondisi Kesesakan Menurut Pembeli**

No	Kondisi Kesesakan	Jumlah	Prosentase
1	Terlalu sesak dengan pedagang	23	77%
2	Adanya hambatan dalam berinteraksi sosial dengan pedagang maupun antar sesama konsumen	-	-
3	Biasa saja	7	23%
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Konsentrasi aktivitas terjadi justru di luar bangunan inti yaitu di ruang parkir sisi bagian timur, tempat ini didominasi oleh

percampuran berbagai macam para pedagang terutama dari los dasaran yang semula menempati lantai 2 pasar tradisional Bulu, dengan komoditas mayoritas dagangan basah antara lain (daging, ikan, sayur-mayur, buah-buahan, bumbu, palawija). Pembagian lahan dasaran sudah boleh dikatakan proporsional tetapi masih dirasakan sesak karena pedagang harus berdesakan. Akibat pedagang mulai mengakuisisi jalur untuk pengunjung yang berjalan kaki dan lahan parkir, ditambah lagi dengan keterlibatan konsumen yang cukup banyak terutama pada jam-jam tertentu sehingga menimbulkan keramaian di tempat ini dan mengakibatkan terjadinya krowdit.

Dari latar belakang tersebut, dalam kaitannya penataan tempat berjualan di ruang parkir sisi bagian timur sebaiknya penempatannya disesuaikan dengan sifat-sifat barang tersebut. Barang-barang yang memiliki karakter hampir sama ditempatkan pada tempat yang berdekatan dengan alasan karena setiap barang mempunyai karakter penanganan dan lingkungan yang spesifik untuk mengoptimalkan penjualannya agar konsumen bisa dengan mudah untuk berbelanja.



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
PEMBAGIAN DASARAN RUANG PARKIR SISI  
BAGIAN TIMUR PASAR TRADISIONAL BULU  
YANG DIINGINKAN OLEH KONSUMEN YANG  
BERHUBUNGAN DENGAN  
KESESAKUAN (CROWDEDNESS)

LEGENDA

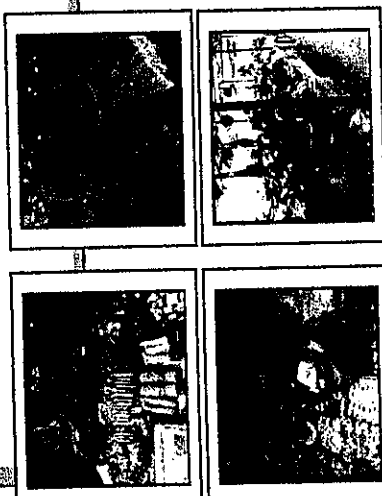
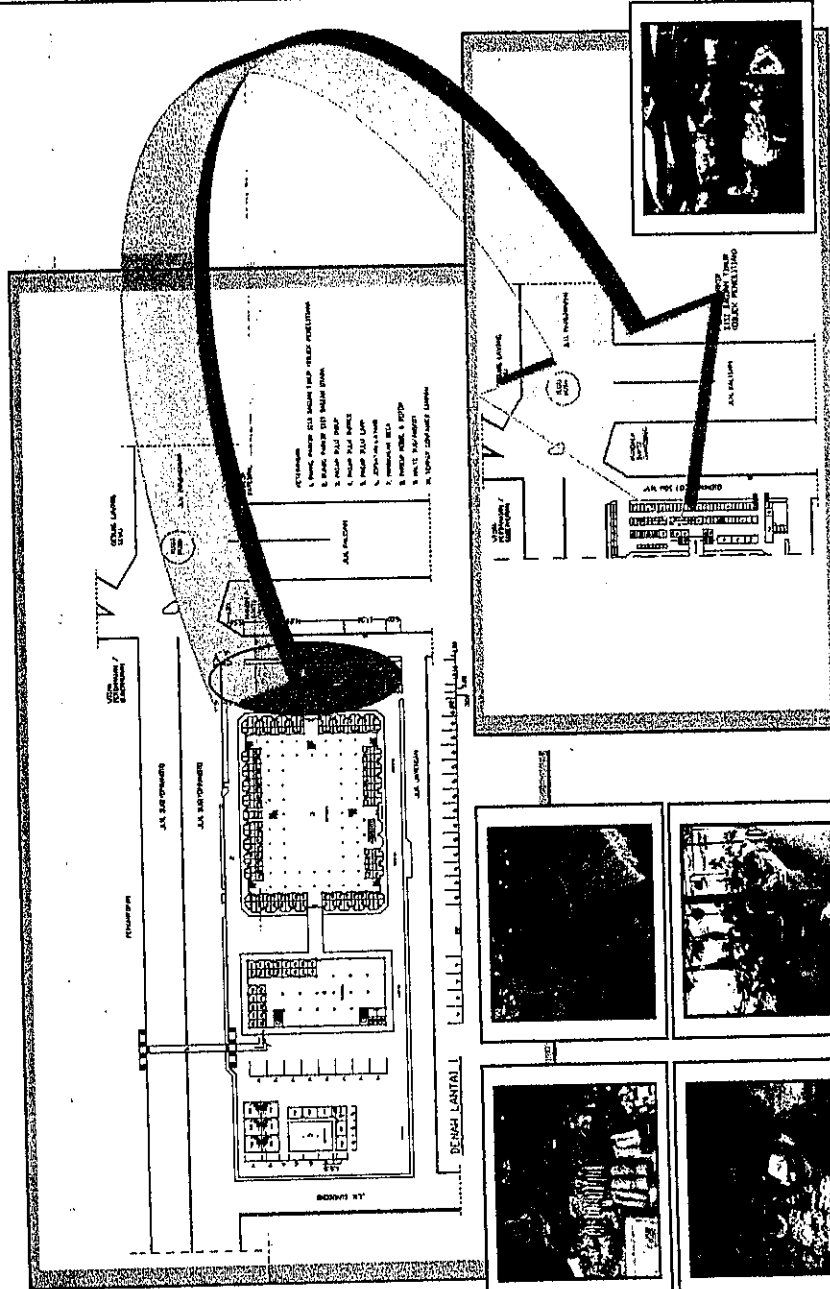


NO  
4.25

SKALA

SUMBER

UTARA



Konsentrasi aktivitas terjadi justru di luar bangunan ini yaitu di ruang parkir sisi bagian timur, tempat ini didominasi oleh percampuran berbagai macam para pedagang terutama dari los dasaran yang semula menempati lantai 2 pasar tradisional Bulu, dengan komoditas mayoritas dagangan basah antara lain (daging, ikan, sayur-mayur, buah-buahan, bumbu, palawija). Pembagian lahan dasaran sudah boleh dikatakan proporsional tetapi masih dirasakan sesak karena pedagang harus berdesakan. Akibat pedagang mulai mengukusi jalur untuk pengujung yang berjalan kaki dan lahan parkir, ditambah lagi dengan keterlibatan konsumen yang cukup banyak terutama pada jam-jam tertentu sehingga menimbulkan keramaian di tempat ini dan mengakibatkan terjadinya krowdift.

## K. Privasi (privacy)

**TABEL IV.39.**  
**Perasaan Malu Pembeli Jika Berbelanja Di Pasar Tradisional**

No	Privasi	Jumlah	Prosentase
1	Ya	3	10%
2	Tidak	-	-
3	Biasa saja	27	90%
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Mayoritas konsumen sebanyak 90% merasa biasa saja sewaktu mereka berbelanja dipasar tradisional Bulu. Perasaan malu atau gengsi diketahui oleh kerabat tidak menimbulkan rasa malu atau gengsi. Tetapi sangat mengejutkan, ternyata dalam survey yang dilakukan, kami menemukan 10% orang-orang yang merasa gengsi atau malu tersebut. Golongan ini berkeinginan untuk menjaga kerahasiaan diri sendiri yang terwujud dalam tingkah laku. Keinginan untuk merahasiakan jati diri dan tidak mengungkapkan diri terlalu banyak pada orang lain.

## L. Visibilitas (visibility)

**TABEL IV.40.**  
**Alasan Pembeli Dalam Memilih Tempat Berbelanja**

No	Tempat Bertransaksi	Jumlah	Prosentase
1	Tidak mengalami kesulitan dalam mencari barang dagangan yang diinginkan karena lebih mudah melihat barang-barang yang diperdagangkan	20	67%
2	Tidak terlalu jauh membawa barang belanjaan ke akses jalur transportasi umum, jalan atau halte	10	33%
3	Dekat dengan fasilitas-fasilitas umum (km/wc, tempat sampah dll)	-	-
	Jumlah	30	100 %

(Sumber : Data primer yang diolah, 2005)

Kecenderungan para konsumen sebanyak 67% lebih suka bertransaksi dengan pedagang yang dekat dengan akses jalur transportasi umum, jalan atau halte namun semrawut dari pada dengan pedagang yang berada di lantai 2 yang sedikit lebih teratur serta tertata dengan baik. Mereka memilih seting tersebut karena adanya visibilitas. Dari lokasi ruang parkir sisi bagian timur ini tidak mengalami kesulitan dalam mencari barang dagangan yang diinginkan karena lebih mudah melihat barang-barang yang diperdagangkan, baik dari arah akses jalur transportasi umum, jalan atau halte maupun dari pintu masuk utama. Selain itu mereka juga tidak terlalu jauh membawa barang belanjaan ke akses jalur transportasi umum, jalan atau halte.



MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

TESIS  
KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
VISIBILITAS (VISIBILITY) DI LANTAI  
2 PASAR TRADISIONAL BULU -  
SEMARANG

LEGENDA

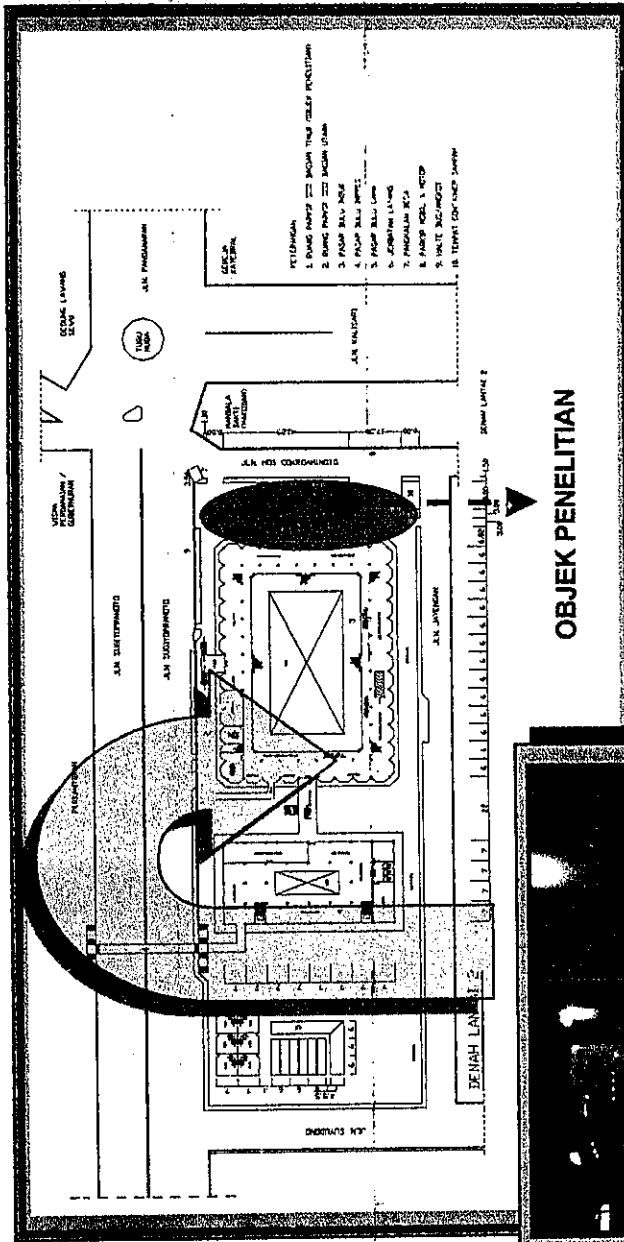


NO  
4.26

SKALA

SUMBER

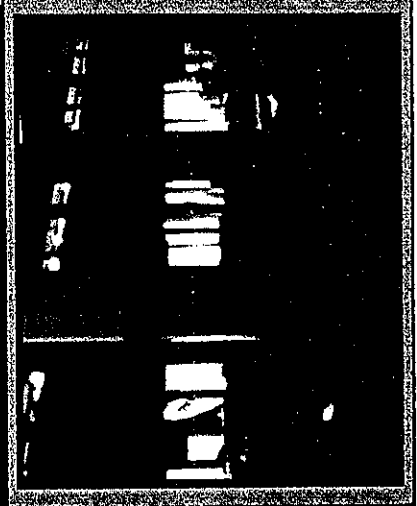
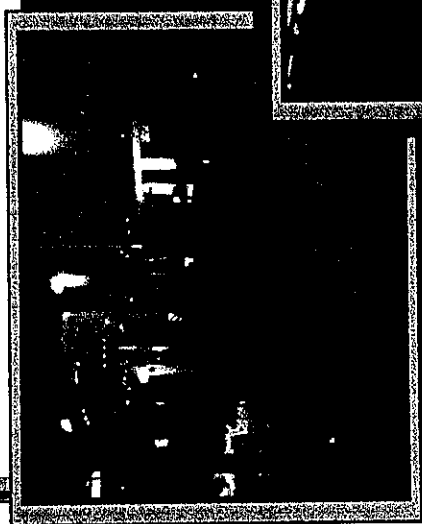
UTARA



OBJEK PENELITIAN

Visibilitas merupakan kemampuan dapat melihat dengan jelas tanpa terhalang benda (secara visual) pada obyek yang dituju dan pada jarak tertentu.

Sedangkan di lantai 2 pasar tradisional Bulu - Semarang faktor visibilitas tidak bisa didapatkan karena terhalang oleh dinding dan jarak jauh sehingga konsumen sulit untuk melihat barang dagangan yang ingin dibelinya.





MAGISTER TEKNIK  
ARSITEKTUR PROGRAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO

# TESIS

KAJIAN TERHADAP PEMANFAATAN  
RUANG DI PASAR TRADISIONAL  
BULU SEMARANG

JUDUL PETA  
VISIBILITAS (VISIBILITY) RUANG  
PARKIR SISI BAGIAN TIMUR PASAR  
TRADISIONAL BULU - SEMARANG

## LEGENDA

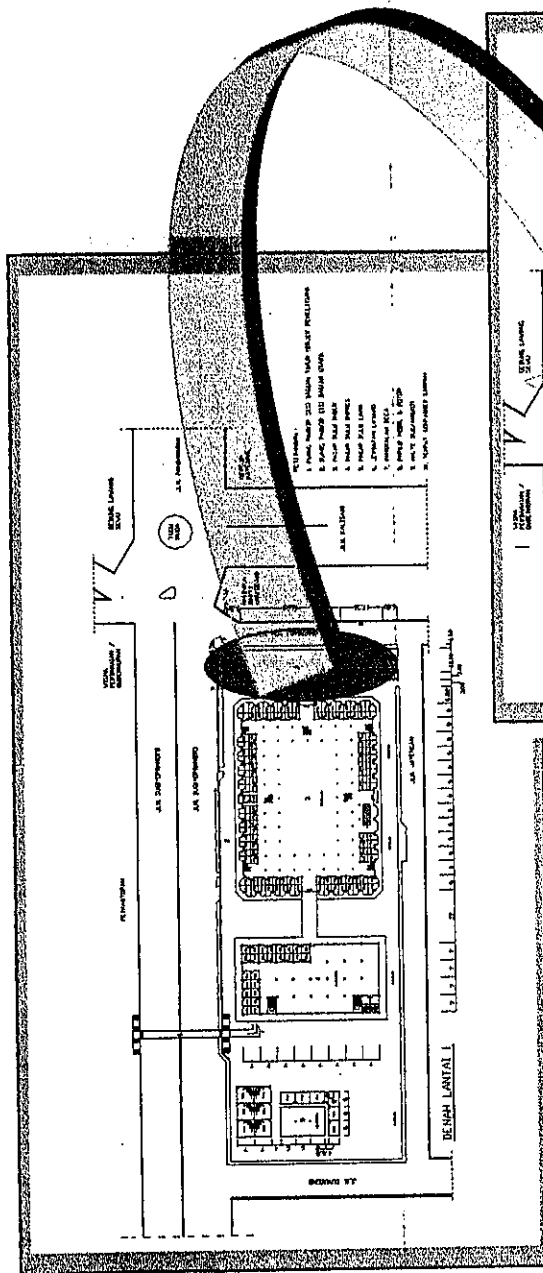


NO  
4.27

SKALA

SUMBER

UTARA



Barang dagangannya mudah ditangkap secara visual atau barang dagangannya mudah terlihat oleh konsumen. Karena letaknya yang sangat strategis dan ramai sehingga dengan mudah menarik konsumen untuk membeli.

Tidak mengalami kesulitan dalam mencari barang dagangan yang diinginkan karena lebih mudah melihat barang-barang yang diperdagangkan, baik dari arah akses jalur transportasi umum, jalan atau halte maupun dari pintu masuk utama. Selain itu mereka juga tidak terlalu jauh membawa barang belanjaan ke akses jalur transportasi umum, jalan atau halte.



#### 4.3. Analisis Manajemen Pengelolaan

Keberadaan pedagang yang mempergunakan ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu Semarang adalah salah karena pemanfaatan ruang yang digunakan tidak sesuai dengan fungsi yang sebenarnya. Ruang yang dipergunakan untuk tempat parkir justru diakuisisi untuk aktivitas perdagangan. Oleh karena itu kami merasa perlunya dilakukan penataan ulang yang sesuai dengan fungsi ruang yang sebenarnya.

Urgensi penataannya :

- ✓ Ditata kembali atau direhabilitasi kembali menjadi tempat perbelanjaan yang rapi, bersih dan menyenangkan bagi para konsumen.
- ✓ Penataan pedagang itu sendiri, karena jika dicermati, keberatan yang dikemukakan pedagang dalam berbagai proses penataan sebenarnya hampir sama. Yaitu berpangkal pada kekhawatiran mereka, di lokasi baru barang dagangan tidak akan laku.
- ✓ Penataan *management traffic* yaitu tempat parkir maupun arus lalu lintas.
- ✓ Meniru penataan pada pasar modern. Semua toko dan tempat dasaran harus menghadap ke dalam dan halaman pasar hanya untuk tempat parkir.
- ✓ Lebih meningkatkan faktor keamanan.



Upaya yang dilakukan Dinas Pasar yaitu mulai dari melakukan inovasi dan revolusi, terutama dalam memenuhi keinginan para pedagang. Upaya itu antara lain :

- ✓ Upaya pembongkaran Kantor Cabang Dinas Pasar di lantai 2. Hal ini dilakukan agar luas dasaran bagi pedagang mencukupi dan memadai.
- ✓ Upaya untuk memperluas tempat dasaran dilakukan dengan membongkar gerobog-gerobog di lantai 2 yang sudah tidak digunakan oleh pemiliknya.
- ✓ Upaya merehabilitasi dan membersihkan gedung.
- ✓ Upaya mengusir penghuni-penghuni liar yang menjadikan lantai 2 bangunan pasar tradisional Bulu dipakai untuk tempat tinggal.

Dinas pasar sebagai pengelola pasar juga melakukan kebijakan yang diimplementasikan/dilaksanakan dengan cara :

- ✓ Melakukan inovasi dan revolusi, terutama dalam memenuhi keinginan para pedagang.
- ✓ Melakukan pendekatan persuasif kepada para pedagang.
- ✓ Mempertemukan seluruh elemen masyarakat yang hubungannya dengan penataan pasar.

Hasilnya :

Upaya memindahkan sekitar 50-an pedagang yang memenuhi lahan parkir itu sudah dilakukan berkali-kali. Usaha tersebut gagal karena pedagang hanya mampu bertahan maksimal 2 hari di lantai 2, dengan berbagai macam alasan mereka tetap enggan naik ke lantai 2.

Dinas pasar sebagai pengelola pasar kendala yang sering dihadapi dalam melaksanakan penataan pedagang di pasar tradisional Bulu Semarang antara lain :

- ✓ Sulitnya mengatur para pedagang sehingga dalam menata pasar tidak jarang pengelola selalu beradu fisik dengan para pedagang yang tidak mau pindah untuk menempati ruang yang telah disediakan.
- ✓ Pada saat ditata kembali atau direhabilitasi, pedagang untuk sementara harus dipindahkan. Hal seperti ini justru akan menimbulkan masalah baru karena tidak jarang di lokasi sementara, jumlah pedagang akan bertambah. Akibatnya, ketika akan dipindahkan lagi , Dinas Pasar kesulitan membagi lahan dasaran.
- ✓ Adanya oknum aparat yang berkolusi dengan pedagang. Oknum itu mengambil kesempatan dengan menjual lahan dasaran. Hal ini mengakibatkan aparat tidak bisa bertindak tegas dalam menata. Ketika upaya penataan dilakukan, mereka beralasan, ketika menempati lahan parkir sudah mengeluarkan sejumlah uang untuk sewa lahan. Karena itu, pedagang merasa berhak menempati lokasi itu.

Melihat perkembangan pasar tradisional Bulu yang cenderung mengalami peningkatan pedagang setiap tahunnya dan untuk memenuhi kepentingan pedagang pasar tradisional Bulu, maka gagasan, usulan, tuntutan revitalisasi dapat disolusikan secara saling menguntungkan. Dimana manajemen pembangunannya diserahkan saja kepada organisasi

masyarakat pedagang pasar tradisional Bulu sebagai aktor pembangunan (*stake holder*) dan sikap Dinas Pasar seharusnya aktif dan berinisiatif dalam penataan ruang, pemberdayaan masyarakat, pengadaan bantuan dana penataan, dan pembangunan kembali pasar tradisional Bulu yang lebih permai. Pada intinya, untuk mewujudkan semua itu tidak terlepas dari perhatian semua pihak baik itu pemerintah, swasta, pengusaha, dan masyarakat untuk membangun pasar tradisional Bulu yang sangat diperlukan oleh masyarakat pedagang kecil/ekonomi lemah.

Sehingga dapat membuat rencana ke depan untuk penanganan agar permasalahan pedagang khususnya yang mempergunakan ruang parkir sisi bagian timur pasar tradisional Bulu Semarang dapat diselesaikan. Penanganan tersebut antara lain, adalah :

- ✓ Penanganan fisik bangunan yang dimaksud disini adalah perlakuan terhadap bangunan-bangunan yang berada di pasar tradisional Bulu. Kekuatan struktur ruang dari segi kondisi fisik bangunan, pasar tradisional Bulu masih memerlukan peningkatan daya dukung kapasitas dan fasilitasnya. Selain itu masih diperlukan pula pengelolaan, perawatan dan manajemen pengembangan di masa mendatang sehingga pasar tradisional Bulu lebih dioptimalkan pemanfaatannya bagi kepentingan masyarakat luas.
- ✓ Penanganan aktifitas disini membutuhkan pemilahan jenis aktifitas yang diperbolehkan berlangsung pada pasar tradisional Bulu. Langkah-langkah

yang dilakukan adalah melakukan pemilahan *space use* dengan tujuan agar penyebaran pergerakan pengunjung agar dapat mencapai seluruh ruang aktifitas. Di dalam pengorganisasian *space use* ini harus mempertimbangkan penempatan titik utama yang menarik perhatian pengunjung. Diupayakan bahwa pengunjung akan bergerak dari satu titik ke titik yang lain dengan demikian jalur penghubung antar titik akan menjadi "hidup". Di kiri dan kanan jalur penghubung ini kemudian ditempatkan *space use* lain yang kekuatan daya tarik pengunjungnya lebih kecil. Lalu lalang pengunjung menandakan bahwa suatu ruang atau *space* dimanfaatkan oleh pengunjung. Lalu lalang pengunjung memberikan kesempatan kepada pedagang untuk menarik perhatian dengan memamerkan barang dagangannya pada tempat-tempat yang strategis dan mudah ditangkap secara visual.

Selain dengan menyebarkan aktifitas dan pergerakan pengunjung, untuk menghidupkan pasar pasar dibutuhkan pula manajemen waktu.

Aktifitas perdagangan utama dilakukan pada dini hari hingga sore hari, sehingga pada malam hari sampai dini hari terdapat aktifitas dalam jumlah yang sedikit. Untuk perlu di pertimbangkan penempatan *space use* dan aktifitas yang berlangsung pada malam hari sampai dini hari. Perletakkannya diarahkan pada lokasi-lokasi yang tersebar, terutama pada lokasi yang memiliki perbedaan karakter aktifitas ekstrem.

#### **4.4. Temuan Penelitian**

Dari analisis hasil penelitian, dapat dilakukan rangkuman temuan penelitian tentang kajian terhadap pemanfaatan ruang di pasar tradisional Bulu Semarang. Adapun hasilnya sesuai dengan tujuan penelitian meliputi temuan-temuan tersebut antara lain :

1. Karakteristik ruang pasar tradisional Bulu Semarang ditinjau dari aktivitas yang terjadi.
  - Dalam lima tahun terakhir terlihat perkembangan pasar tradisional Bulu yang stagnan dan tidak sebanding dengan jumlah pedagang yang melakukan aktivitas di tempat itu. Terlihat bahwa jumlah pedagang yang melakukan aktivitas semakin bertambah dan bervariasi namun tidak diimbangi dengan peningkatan fasilitas ruang yang ada.
2. Indikasi atribut yang terjadi di ruang pasar tradisional Bulu Semarang
  - Aksesibilitas yang ada sekarang tidak lagi bisa mengakomodir keinginan pedagang dalam hal pencapaian terhadap ruang di lantai 2. Mereka menemukan kesulitan dalam hal bongkar muat barang yang terlalu jauh dari aktivitas tempat mereka berdagang.

- Sistem manajemen atau pengelolaan pasar oleh dinas pasar yang tidak tegas dalam mengatur penataan ruang dipasar Bulu.

#### 4.5. Analisis Pembahasan

Sebelum mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian ini, sesuai dengan tipe penelitian yang digunakan yaitu eksploratif research yang menjelaskan tentang atribut yang mempengaruhi para pengguna pasar dalam memanfaatkan ruang yang ada, sesuai dengan tujuan penelitian (Sekaran, Uma, 2000; 427). Atau karakteristik, sifat, atau atribut yang diukur, atau suatu simbol yang kepadanya nilai-nilai diberikan (Zikmund, William. G 2000; 75).

Fenomena yang bisa dilihat dari karakteristik ruang di pasar tradisional Bulu Semarang yang digunakan untuk tempat berjualan memiliki sifat *adaptable*, sehingga pada saat memulai berjualan pedagang dengan mudah untuk menempati ruang ini pada batas-batas *tolerable*. Kondisi demikian bisa dipahami karena ruang parkir yang bisa digunakan untuk tempat berjualan merupakan tempat yang bisa mengakomodasikan tuntutan seperti dekat dengan jalur sirkulasi pengunjung, mudah dilihat dan dijangkau oleh calon pembeli. Para konsumen memang lebih cenderung memilih ruang tempat untuk berbelanja dekat dengan akses jalur transportasi umum, jalan atau halte, karena tidak mengalami kesulitan dalam mencari barang dagangan yang diinginkan karena lebih mudah melihat barang-barang yang

diperdagangkan, baik dari arah akses jalur transportasi umum, jalan atau halte maupun dari pintu masuk utama. Selain itu mereka juga tidak terlalu jauh membawa barang belanjaan ke akses jalur transportasi umum, jalan atau halte.

*Tolerable* ini juga ditujukan dengan adanya saling pengertian sesama pedagang berkaitan dengan adanya saling pengertian sesama pedagang berkaitan dengan teritori dan personalitas ruang yang dimiliki masing-masing pedagang. Tidak adanya batas yang jelas di ruang parkir yang digunakan untuk berjualan khususnya pedagang dengan komoditas sedikit, hanya kesepakatan antar pedagang bahwa pedagang A berjualan di dekat pedagang B berjualan dekat dengan C. Sedangkan pedagang dengan komoditas besar membatasi teritorinya dengan pengaturan alat bantu berjualan (meja, kotak kayu), hal ini bisa dilihat di bekas-bekas kejadian beberapa pedagang meninggalkan alat bantu ini untuk menandai personalitasnya.

Pada saat berlangsungnya berjualan beberapa ruang parkir yang digunakan untuk berjualan sebagian kondisi fisiknya berubah menjadi panas sehingga pedagang mulai merasakan unbearable (tak tertahan). Kondisi demikian bisa dilihat dari perubahan fisik ruang parkir yang ditemui yakni adanya gulungan tenda plastik dan payung untuk peneduh.

Pemanfaatan sebagian ruang parkir di pasar tradisional Bulu menyebabkan terjadinya penyempitan ruang tersebut. Karena sebagian

ruang parkir digunakan untuk tempat berjualan dan pengunjung pasar juga memanfaatkan untuk lalu lalang maka hal ini menyebabkan ruang parkir tersebut secara visual menjadi *crowdit*. Fenomena pedagang yang memiliki *“feeling”* menjemput pembeli merupakan fenomena yang terjadi di pasar tradisional Bulu Semarang.

Ruang parkir merupakan tempat yang pasti dilewati oleh para calon pembeli (jalur sirkulasi yang paling awal di dalam bangunan pasar). **Weismann, Gerald D (1981)**, mengemukakan bahwa aksesibilitas merupakan kemudahan bergerak melalui dan menggunakan lingkungan. Kemudahan yang dimaksud berhubungan dengan sirkulasi dan visual. Kemudahan pencapaian dimaksud adalah memperhatikan kelancaran sirkulasi dalam arti tidak menyulitkan pemakai, tidak berliku-liku dan tidak membahayakan. Hal ini dapat dilihat bahwa faktor mudah dicapai (*aksesibilitas*) menjadi hal yang paling utama dalam menentukan lokasi tempat berjualan para pedagang. Pedagang dalam menempati ruang di ruang parkir tersebut memiliki berbagai macam bentuk seting tempat jualannya. Dalam menata barang dagangannya, **Weismann, Gerald D (1981)**, mengemukakan bahwa visibilitas merupakan kemampuan dapat melihat dengan jelas tanpa terhalang benda (secara visual) pada obyek yang dituju dan pada jarak tertentu. Pernyataan diatas sesuai dengan apa yang terjadi yaitu pedagang berusaha untuk mengatur agar mudah dilihat (*visibilitas*) sehingga orientasi dari seting jualannya selalu menghadap ke



jalur sirkulasi pengunjung dan ini menunjukkan upaya penyesuaian pedagang terhadap lingkungannya (*adaptabilitas*). *Adaptabilitas* inilah merupakan kemampuan lingkungan untuk dapat menampung perilaku yang berbeda dan belum ada sebelumnya (Weismann, Gerald D, 1981).

### **Pengelola terhadap penataan ruang pasar**

Inti dari pada permasalahan yang terjadi diatas sebenarnya berpusat pada Dinas Pengelolaan Pasar itu sendiri. Dimana mereka tidak mampu menciptakan suatu penataan ruang pasar yang sesuai dengan keinginan para penggunanya.

Gagalnya kebijakan yang diimplementasikan/dilaksanakan oleh dinas pasar sebagai pengelola pasar seperti : melakukan inovasi dan revolusi, terutama dalam memenuhi keinginan para pedagang, melakukan pendekatan persuasif kepada para pedagang dan mempertemukan seluruh elemen masyarakat yang hubungannya dengan penataan pasar membuat penataan ruang pasar yang ideal sulit terwujud.

Apabila pihak pengelola tegas dan memberikan sanksi resmi kepada penjual yang melanggar peraturan pemanfaatan ruang maka pedagang akan menempati lahan sesuai aturan dan kebijakan yang berlaku.

Manajemen pengelolaannya harus seimbang, antara pedagang sebagai pihak pengguna dan dinas pasar sebagai pihak yang mewujudkan terjadinya keinginan dari si pengguna tersebut.

Dimana manajemen pembangunannya diserahkan saja kepada organisasi masyarakat pedagang pasar tradisional Bulu sebagai aktor pembangunan (*stake holder*) dan sikap Dinas Pasar seharusnya aktif dan berinisiatif dalam penataan ruang, pemberdayaan masyarakat, pengadaan bantuan dana penataan, dan pembangunan kembali pasar tradisional Bulu yang lebih permai.

Pada intinya, untuk mewujudkan semua itu tidak terlepas dari perhatian semua pihak baik itu pemerintah, swasta, pengusaha, dan masyarakat untuk membangun pasar tradisional Bulu yang sangat diperlukan oleh masyarakat pedagang kecil/ekonomi lemah.

## **BAB V**

### **Penutup**

#### **5.1. Kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah

1. Seting pasar tradisional Bulu sudah tidak sesuai lagi dikarenakan jumlah pedagang yang bertambah dan jumlah barang dagangan yang bervariasi sehingga banyak pedagang berpindah dari tempat yang lama ke lahan parkir bagian bawah.
2. Hal tersebut disebabkan oleh atribut yang mempengaruhi pemanfaatan ruang oleh pedagang dalam memilih tempat berjualan antara lain yang paling dominan yaitu :
  - a. Prioritas pedagang menginginkan aksesibilitas yang dekat dengan pembeli dan supplier serta faktor aktivitas mereka yang berdasarkan pada pemilihan ruang yang mengacu pada fungsi ekonomis. Kios yang mempunyai nilai aktivitas tinggi biasanya mempunyai aksesibilitas yang baik.
  - b. Pemilihan tempat penjualan oleh pedagang sangat dipengaruhi oleh perilaku pembeli. Pembeli akan mencari apa yang dibutuhkan di ruang manapun. Namun, bagi pembeli yang utama adalah juga aksesibilitas yang mudah, baik dari pemberhentian angkutan umum maupun tempat parkir.
  - c. Ruang parkir merupakan tempat yang pasti dilewati oleh para calon pembeli (jalur sirkulasi yang paling awal di dalam bangunan pasar).

Kemudahan yang dimaksud berhubungan dengan sirkulasi dan visual. Kemudahan pencapaian dimaksud adalah memperhatikan kelancaran sirkulasi dalam arti tidak menyulitkan pemakai, tidak berliku-liku dan tidak membahayakan.

- d. Kemudahan dalam mengatur tempat berjualan agar mudah dilihat (*visibilitas*) sehingga orientasi dari seting jualannya selalu menghadap ke jalur sirkulasi pengunjung dan ini menunjukkan upaya penyesuaian pedagang terhadap lingkungannya (*adaptabilitas*).

## **5.2. Saran dan Rekomendasi**

Saran pada penelitian ini adalah :

1. Pada saat ditata kembali atau direhabilitasi, pedagang untuk sementara harus dipindahkan. Dan adanya sanksi yang tegas sehingga tempat pindah sementara ini jumlah pedagang tidak bertambah sehingga pada saat kembali ke tempat asal sesuai dengan jumlah awal.
2. Adanya kebijakan dan sanksi yang jelas mengenai pemanfaatan ruang yang ada di pasar baik berdasarkan pengelompokan barang dagangan maupun luas standar kios pedagang.
3. Dalam penelitian yang akan datang perlunya memasukan atau mengkaji ulang kebijakan pemerintah kota dan daerah mengenai pasar tradisional

Jadi inti dari pada penelitian ini adalah sebagai masukan bagi dinas terkait untuk mewujudkan suatu pasar tradisional yang ideal. Dalam artian yang mempunyai manajemen dimana mampu menciptakan wajah pasar tradisional

yang cerah dan profesional, sehingga mampu menjadi aset pembangunan yang tidak hanya produktif secara ekonomis, tetapi juga produktif secara kultural. Karena dunia pasar tradisional tidak hanya berurusan dengan tata ruang, fasilitas fisik dan sistem ekonomi saja, tetapi banyak juga faktor lain yang berperan seperti solidaritas sosial, kebersihan, keindahan, kesehatan, pemerataan pendapatan, kesempatan kerja, transportasi, selera publik, gaya hidup konsumen, dan lain sebagainya.

Sehingga pasar tradisional seharusnya mampu mengakomodasikan aksi, keinginan dan kebutuhan penggunanya sehingga hasilnya dapat berorientasi pada pengguna itu sendiri. Terlebih bagi mereka yang selama ini boleh dibilang terpinggirkan, baik kelompok internal maupun eksternal pasar.

Rekomendasi pada penelitian ini adalah :

Kepindahan pedagang ke lahan parkir bagian timur dikarenakan pengelolaan dan penataan oleh dinas pasar yang tidak optimal. Pedagang akan menempati lahan sesuai aturan dan kebijakan. Apabila pemerintah daerah tidak bersikap tegas dalam bertindak terhadap pihak-pihak yang seharusnya ditindak. Pasar akan selalu menimbulkan masalah lingkungan, sosial, dan kriminalitas. Diperlukan penataan, pengawasan dan penertiban yang lebih konsisten, tegas dan tidak pandang bulu.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Altman. 1975. *The Environment and Social Behavior : Privacy, Personal Space, Territory and Crowding*. Monterey, California : Brooks/Cole.
- Barker, Roger. G. 1968. *Ecological Psychology : Concepts and Methods for Studying the Human Behavior*. Stanford : Stanford University Press.
- Bell, Paul A. 1976. *Environmental Psychology*. W.B. Saunders Company : Philadelphia.
- Budiman, Amen. 1978. *Semarang Riwayatmu Dulu*. Jilid Pertama, Penanjung Sari, Semarang.
- Damsar. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. PT. Raja Grafindo Perkasa, Jakarta.
- Darmawan, Edi. 2003. *Teori dan Implementasi Perancangan Kota*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Darmawan, Edi. 2003. *Teori dan Kajian Ruang Publik Kota*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Dewar, David and Watson, Vanessa. 1990. *Urban Market Developing Informal Retailing*. London, Rontledge.
- Edward, Paul. 1972. *The Encyclopedia Of Philosophy*. Mac. Millan Publishing Co Inc.
- Flanagan, R. 1992. *Contemporary Urban Sociology*. New York : Cambridge University Press.
- Fisher JD, Paul A Bell, Baum Andrew Baum. 1984. *Environmental Psychology*. New York, CBS College Publishing.
- Gifford, Robert. 1991. *Environmental Psychology, Principles and Practise*. Allyn and Bacon Incorporation, University of Victoria.

- Hakim, Rustam. 1991. *Unsur Perancangan Dalam Arsitektur Lansekap*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Haryadi, Setiawan B. 1995. *Arsitektur Lingkungan dan Perilaku: Suatu Pengantar ke Teori, Metodologi dan Aplikasi*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Holahan. 1982. *Environmental Psychology*. New York, Rando House.
- Jencks, Charles. 1995. *The Arch of The Jumping Universe*. Academy Editions, London.
- Kotler, Philip. 1976. *Marketing Management : Analysis, Planning, and Control*. 3th ed. Englewood Cliffs, N. J. : Prentice Hall International, Inc.
- Lang, Jon T. 1987. *Creating Architectural Theory*. New York, Van Nostrand Reinhold Company, Inc.
- Marcella, Laurens Joyce. 2002. *Arsitektur dan Perilaku Manusia*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia & Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Mason, Robert D. and Lind, Douglas A. (1996). *Statistik Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Jakarta : PT. Erlangga.
- Nelson, R, L. 1985. *The Selection of Retail Location*. FE Dodge. Co, New York.
- Rapoport, Amos. 1969. *House Form and Culture*. Engelwood Cliffs, New York : Prentice Hall Inc.
- Rapoport, Amos. 1977. *Human Aspect of Urban Form*. Oxford : Pergamon Press.
- Rapoport, Amos. 1986. *The Use and Design Of Open Spaces in Urban Neighborhoods*. D. Frick (eds) *The Quality of Urban Life*. Berlin: Walter de Gruiter and Co.
- Raymond – Alain Thietart et al. 2001. *Doing Management Research*. Sage Publication, London.

- Rizon, PU. 1997. *Planning For Traditional Javanese Markets in Yogyakarta Region*. Departement of Urban and Region Planning Faculty of Architecture, University of Sydney.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 1992. *Psikologi Lingkungan*. PT. Gramedia, Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2000. *Research Method for Business*. John Wile & Sons, Inc, New York.
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran : Falsafah, Teori, dan Aplikasi*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono. 2000. *Statistika Untuk Penelitian*. CV. Alfabeta, Bandung.
- S. V. Szokolay. 1980. *Environmental Science Hand Book* : Lancaster : The Contruction Press.
- Webster's. 2003. *New English Dictionary*. Compact Edition – Published by Geddes and Grossed, David Dale House, New Lanark ML11 9DJ, Scotland.
- Weismann, Gerald D. 1981. *Modelling Environmental Behavior System*. Journal of Man – Environment Relations.
- Wiranto. 1997. *Cakrawala Arsitektur*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Zikmund, William. G. 2000. *Exploring Marketing Research*. The Dryden Press, Orlando.
- Zikmund, William. G. 2000. *Business Research Method. Sixth Edition*. The Dryden Press, Orlando.

## **MAKALAH**

- Moersid, Adhi, 1995; Makalah : *Pasar Tradisional di Persimpangan Jalan*, Palembang, Forum Musda IAI Cabang Sumatra Selatan.



## ARTIKEL

### Jurnal

Etikawati Triyoso Putri, *Kiprah HERMAN THOMAS KARSTEN di Indonesia*.  
Jurnal Diterbitkan Oleh : Group Konservasi Arsitektur dan Kota.  
Jurusan Arsitektur Universitas Merdeka, Malang. Edisi IV, Desember  
2000.

## PEDOMAN

Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA), 2002; *Laporan  
Antara Rencana Tata Bangunan dan Lingkungan Kawasan Pasar Legi  
Kabupaten Pemalang*. Pemerintah Kabupaten Pemalang.

BPS Kota Semarang, 2003; *Kota Semarang Dalam Angka 2003*. Diterbitkan :  
BPS Kota Semarang.

Dinas Pengelola Pasar Kota Semarang, 2004.

Dinas Pekerjaan Umum Cipta Karya, 1995.

Dinas Tata Bangunan Pemkot Semarang, 2003.

Kementrian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia,  
Senin 25 April 2005

Pedoman Perencanaan Lingkungan Kota, 1983.

Pemerintah Kota Semarang, 2003; *Rekapitulasi Data Monografi Kecamatan*

Rencana Pemerintah Kotamadya Daerah Tingkat II, 1999. *Rencana Detail  
Tata Ruang Kota Bagian Wilayah Kota (BWK I) Kec. Semarang  
Tengah, Semarang Timur dan Kec. Semarang Selatan*.

## SURAT KABAR

Akhudiat, Artikel : *Kembali ke Pasar*

Bali Pos, Sabtu 24 April 2004, Rubrik : *Pasar Tradisional Perlu Manajemen  
Modern*, Judul : *Penataan Pasar*.

Harian Umum Sore Sinar Harapan, 2003, Rubrik : *Jenis Pasar*.

Kompas, Kamis 29 November 2001, Rubrik : *PKL Pasar Bulu Tolak Pindah ke Lantai II*.

Kompas, Jum'at 31 Mei 2002, Rubrik : *Pedagang Keluhkan Kondisi Fisik Pasar Tradisional di Kota Semarang*.

Kompas, Selasa 1 Oktober 2002, Rubrik : *Pedagang Pasar Bulu Tetap Tolak Pindah*.

Kompas, Minggu 4 Juli 2004, Judul Artikel : *Kehidupan ; Teater Kehidupan Pasar Induk Sei Jodoh*.

Suara Konsumen versi Web – Warnet 2000 – Headlines : *Besarnya Peminat Supermarket Tantangan Pasar Tradisional*. Media: Pemasaran & Promosi, Konsumen, Kesetaraan Pelaku & Usaha & Konsumen.

Suara Merdeka, Jum'at 27 Juli 2001, Rubrik : *Karangan Khas*, Judul : *Alun-alun Semarang Riwayatmu Dulu*.

Suara Merdeka, Rabu 23 Oktober 2002, Rubrik : *Semarang dan Sekitarnya*, Judul : *Pasar Percontohan Mulai Tertata*.

Suara Merdeka, Jum'at 12 Desember 2003, Rubrik : *Semarang dan Sekitarnya*, Judul : *Pasar Ambruk, Tanggung Jawab Pemkot*.

Suara Merdeka (Suplemen : Seputar Semarang), Edisi 70 Tahun II. 28 Desember 2004 – 3 Januari 2005, Rubrik : *WARAK (Wacana Warga Aktual)*, Judul : *Menata Pasar Tradisional*.

## **TESIS**

Kumoro W, Agung. 2002. *"Ruang Publik Pasar Tradisional Di Surakarta"*. Tesis Undip.

Nopianto A, Nugradi Didik. 2002. *"Seting dan Atribut Ruang Komunal Mahasiswa Kampus Universitas Negeri Semarang (Studi Kasus Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik)"*. Tesis Undip.

Angket /Pertanyaan/Kuesioner

**PENGANTAR ANGKET/PERTANYAAN/KUESIONER  
PENELITIAN PRATESIS**

Semarang, Januari 2005

Kepada Yth : Bpk/Ibu/Sdr

Di Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini diberitahukan bahwa dalam rangka penyusunan pratesis sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan studi pada program Magister Teknik Arsitektur (MTA) Universitas Dipenogoro Semarang, maka dengan ini Kami memohon bantuan/kesediaan Bpk/Ibu/Sdr untuk memberikan jawaban dari angket atau pertanyaan/kuesioner yang akan kami berikan sebagaimana terlampir.

Penelitian ini mengangkat judul ***"Kajian terhadap pemanfaatan ruang di pasar tradisional Bulu Semarang"***. Lewat penelitian ini diharapkan dapat diketahui penyebab adanya ruang yang direncanakan tetapi tidak intensif dimanfaatkan dan ruang yang tidak direncanakan tetapi timbul karena perilaku pedagang, sehingga dapat menjadi masukan buat pemerintah Kota Semarang selaku pembuat kebijakan guna menghasilkan kebijakan yang benar dan sesuai dengan keinginan para pedagang yang ada di pasar tradisional Bulu Semarang pada khususnya.

Penelitian ini benar-benar bersifat "ilmiah" dan penyebaran angket/pertanyaan/ kuesioner ini telah mendapat ijin dari pihak yang berwenang. Oleh sebab itu Kami mohon bantuan Bpk/Ibu/Sdr untuk memberi jawaban dengan benar dan jujur sesuai dengan kenyataan yang ada. Selanjutnya setiap jawaban yang diberikan akan Kami rahasiakan dan hanya dipergunakan dalam penelitian ini.

Atas bantuan dan kesediaan Bpk/Ibu/Sdr dalam menjawab angket/pertanyaan/ kuesioner ini, Kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami

Dwi Ananta Devy, ST

1950 setelah kemerdekaan Kota Semarang. Pertumbuhan permukiman di daerah kota dan berkembangnya fasilitas sektor perdagangan antara lain pengembangan Pasar Johar, pembangunan Pasar Bulu, Karangayu, Pasar Dargo, Pasar Langgar dan sebagainya, membuat perekonomian Kota Semarang semakin baik.

Dalam kurun waktu 60 tahun sesudah Perang Dunia II, pembangunan pasar tradisional di Semarang sangat terbatas, jika dibandingkan dengan kurun waktu 27 tahun sebelum Perang Dunia II. 12 pasar tradisional yang terbina dan 4 pasar tradisional besar yang strategis, permanen dengan konstruksi beton yang sangat megah dan representatif pada zamannya, seperti Pasar Randusari dan terakhir Pasar Johar.

Pasar tradisional Bulu yang semula dikelola oleh Oei Tiong Ham kemudian pengelolaannya berpindah ke Pemerintah Stadsgemeente dibangun pada tahun 1936. Bangunan pasar tradisional Bulu sebagai salah satu hasil karya diantara sekian banyak bangunan yang tersebar khususnya di Kota Semarang, dari segi struktur dikatakan modern karena strukur yang diterapkan di pasar tradisional Bulu ini adalah struktur jamur (*mushroom*) dengan memakai penampang kolom maupun bagian atasnya berbentuk segi delapan. Untuk menyelesaikan masalah penghawaan banyak dibuat bukaan (pintu, jendela maupun lubang ventilasi) yang lebarnya sama dengan jarak antar *trave*. Pembukaan ini dipadu dengan tinggi plafon yang sangat tinggi (5.44 M untuk ruang-ruang di pinggir, dan 10.44 M pada ruang-ruang di

tengah). Perbedaan ketinggian ini sekaligus dimanfaatkan untuk pencahayaan. Struktur yang terdapat pada bangunan ini mirip sekali dengan ciri khas struktur pada desain-desain karya Herman Thomas Karsten, seorang insinyur arsitek lulusan Technische Hoogeschool, Delft negara Belanda.

Sampai saat ini pasar tradisional Bulu sebagai salah satu pasar tradisional peninggalan Belanda masih tetap berdiri walaupun bangunan yang sudah mencapai usia tersebut telah mengalami pelapukan bahan dan perlu direhap.

Namun patut disayangkan, bangunan pasar tradisional Bulu Semarang yang memiliki nilai sejarah ini tidak dimasukkan pada program konservasi bangunan-bangunan kuno di wilayah kota Semarang sehingga keberadaannya semakin hari semakin memprihatinkan terutama dari segi kondisi fisiknya. Kerusakan yang terjadi pada saat ini dianggap sudah sangat mengganggu kenyamanan pedagang dan pembeli.

Ditambah lagi dengan keputusan Walikotamadya Semarang, Nomor : 646/50/Tahun 1992, tentang konservasi bangunan-bangunan kuno (bersejarah) di wilayah Kota Semarang yang tidak memasukkan pasar tradisional Bulu sebagai salah satu bangunan konservasi dan dilindungi.

### **3.1.2. Konstelasi Pasar Tradisional Bulu Dalam Struktur Perekonomian Kota Semarang**